JURNALISM DE TELEVIZIUNE

În prezentul material am pus la dispoziția studenților noțiunile și procedeele necesare pentru fundamentarea cursului de JURNALISM DE TELEVIZIUNE şi a Atelierului TV şi pe cale de consecință, pentru începerea unei cariere în televiziune în poziția de reporter. De asemenea, am prezentat multe sfaturi practice extrem de utile, care să-ți permită să te descurci fără să te faci de râs din prima zi de reporterie.

Constantin TROFIN

Fotografii : Constantin Trofin, Alexandru Dascalu

BIBLOGRAFIE

1. Bignell Jonathan, Orlebar Jeremy, Manual practic de televiziune, Iaşi, Polirom, 2009
1. Christie Rona, Orchard Tim and Wells Adrian, *A Survivor's Guide to Graphics*, BBC News and Current Affairs London 2002
2. Coman Mihai, *Manual de jurnalism,editia a III-a revazuta si adaugita*, Iaşi, Polirom, 2009
3. Gruian Alexandru, Morogan Lucian, *Ghid practic pentru reporterul de televiziune,* Deva, Global Media Image, 1999
4. Hartley John, *Discursul stirilor,* traducere de Monica Mitarca, lasi, Polirom 1999
5. Koegel Kathryn, *Marketing şi vânzări pentru media din România* – Professional Media Project şi The National Forum Foundation, Washington 2002
6. Nielsen Media Research, *What TV Ratings Really Mean* – 1997 p. 2 - 25
7. Petringenaru Claudiu, *Manual de initiere in imagine video*, Deva, Global Media Image, 1999
8. Popescu, Cristian Florin, *Manual de jurnalism*, Bucureşti, Tritonic, 2003-2004
2.Shook Frederick, *Television Field Production and Reporting – second edition*, Longman Publishers, USA, 1997
10.Thompson Roy, *Grammar of the Edit, media manual*, Focal Press, 1996
9. Yorke Ivor, *Basic TV Reporting* , Focal Press, 1997

1: TELEVIZIUNEA CA LIMBAJ. ELEMENTE ALE GRAMATICII TELEVIZIUNII

1.1 Ce este televiziunea ?

Televiziunea este un limbaj diferit de cuvintele care îi ghidează doar conținutul. Desigur, televiziunea folosește cuvinte dar conținutul său primordial constă în imagini care se derulează cu ajutorul unuia dintre cele mai puternice instrumente de comunicație imaginate vreodată: ecranul televizorului. De la începuturile sale, televiziunea a functionat cel mai eficient atunci când a comunicat vizual. Detractorii televiziunii, cei care nu acceptă capacitatea uriașă a ecranului de a transmite idei care rămân instantaneu în mintea privitorului, emit observații care în timp au devenit clișee: ”Dacă ai tipări scriptul unui întreg jurnal TV, n-ai umple jumătate de pagină de ziar.” Sau ”În televiziune te preocupi doar de imagine și îți scapă conținutul.” Astfel de comentarii sugerează într-un fel că imaginea nu ar fi o formă reală de comunicare.

Cuvintele sunt importante dar nu reprezintă esența acestui mediu de comunicare. Cei care utilizează televiziunea în mod corect știu că rolul cuvintelor este doar de a completa mesajul transmis de imaginea și sunetul care constituie conținutul primordial al televiziunii. Scriptul de televiziune este doar un plan pentru ceea ce se va vedea pe ecran si se va auzi din difuzor.

În mare parte, confuzia pe care natura televiziunii o generează își are originea în complexitatea acestui mediu. Televiziunea înregistrează și redă sunetul la fel ca și radioul. Televiziunea poate afișa cuvinte pe ecran la fel cum o fac ziarele. Poate difuza fotografii, grafice economice sau chiar caricaturi. Nu acestea sunt însă lucrurile care caracterizează televiziunea. Televiziunea comunică prin intermediul imaginii în mișcare. Principala forță a televiziunii constă în capacitatea sa de a permite telespectatorului, prin intermediul ecranului, să ”trăiască” evenimentele prezentate și astfel să le înțeleagă mai bine.

Reporterul de televiziune începător care vine din presa scrisă va recurge la procedeul familiar lui de a folosi cuvântul ca principal mijloc de comunicare. Reporterul care vine din radio se va baza pe sunet și cuvânt.

Jurnalistul de televiziune care nu înțelege cum funcționează acest mediu va fi tentat să scrie un scenariu și să-l citească la microfon.
Chiar imaginile pe care un astfel de jurnalist le va alege pentru a comunica subiectul, vor fi cu el citind scenariul în fața camerei. În cel mai bun caz, imaginile vor fi tratate ca umplutură, sau cum
bișnuiesc jurnaliștii de televiziune să spună, tapet din imagini. Adică ceva la care lumea să se uite în timp ce ascultă știrile. Marea tragedie se produce atunci când aceste obiceiuri din presa scrisă sau radio persistă suficient timp pentru a se legitima ca procedeu acceptat, că ”așa se face în televiziune.”

Este foarte mare tentația de a transforma în cuvinte experiențele la care suntem martori oculari, în loc să folosim pur și simplu imaginile și sunetul de la fața locului. Și atunci, care sunt elementele ce compun limbajul televiziunii ?



1.2 Elementele limbajului televiziunii

1.2.1 Imaginea

Primul element este imaginea vizuală. Fără imagine, televiziunea ar fi radio. Imaginea se referă la mișcare, la timp și la modul în care cele două se determină și influențează reciproc. Televiziunea seamănă cu muzica. Muzica nu poate fi înțeleasă înainte de a fi ascultată în timp real, cu ritmul și

inflexiunile ei. Televiziunea nu poate supraviețui ca o fotografie sau o serie de cadre fără legătură între ele pentru care mesajul, contextul și înțelesul vorbesc de la sine. Așa cum în muzică o singură notă nu are înțeles, tot așa în televiziune un singur cadru nu transmite mare lucru. Atunci însă când cadrul se alătură altora, mesajul capătă sens.

1.2.2 Sunetul

Al doilea element este sunetul, care poate fi la fel de elocvent ca și imaginea vizuală. O imagine cu clădirea înaltă a Casei Presei Libere din Piața Presei, însoțită de sunetul parcului sugerează că suntem în Herăstrău, în București. Cuvintele nu sunt necesare pentru a induce o stare sau a stabili locul în care ne aflăm. Adăugați o muzică romantică și veți stabili și mai clar starea de spirit – din nou, fără a folosi vreun cuvânt. Adăugați sunetul unei mulțimi furioase și efectul va fi unul dramatic. Sunetul – de la cântecul colindătorilor la liniștea absolută a unei peșteri – este parte activă a limbajului televiziunii.

1.2.3 Montajul

Al treilea element al limbajului televiziunii este procesul de editare sau montajul. În presa scrisă jurnalistul structurează ideile și le pune în relație unele cu altele. În televiziune același lucru se obține prin montajul video.

Cu aproape un secol în urmă, regizorul rus Pudovkin definea montajul ca fiind ghidarea deliberată a gândurilor și asocierilor mentale ale privitorului. Deși Pudovkin se referea la montajul de film, în mod evident acest lucru este valabil și în cazul jurnalismului de televiziune.

1.2.4 Textul

Textul, cel de-al patrulea element al limbajului televiziunii, este la rândul său o încercare deliberată de a ghida gândurile și asocierile audienței. Scopul este acela de a creea și susține o atmosferă de înțelegere. Cuvintele sunt esențiale în a descrie ceea ce camera nu poate să comunice. Cuvintele clarifică, subliniază, susțin atmosfera. Cuvintele singure nu au însă capacitatea de a creea materiale de televiziune care comunică cu putere și impact.

Numai atunci când toate elementele limbajului televiziunii sunt utilizate cu profesionalism de către jurnalistul vizual,

acest mediu extraordinar care este televiziunea își poate realiza adevăratul potențial.

1.3 Lucrul în echipă

Jurnalistul de televiziune trebuie să-și definească responsabilitățile profesionale dincolo de cele tradiționale care definesc munca reporterului, cameramanului, producătorului sau editorului de imagine. În jurnalismul de televiziune, toată lumea este jurnalist. Reporterul nu doar colectează informație și scrie texte la computer, cameramanul nu filmează doar cadre și nici editorul de imagine nu leagă doar cadre între ele. În jurnalismul de televiziune rolurile reporterului, cameramanului și editorului de imagine sunt la fel de importante. Fiecare contribuie în mod egal la produsul care ajunge la telespectator prin intermediul televizorului, la transmiterea corectă și profesionistă a mesajului jurnalistic.

Numai atunci când reporterul, cameramanul și editorul imagine înțeleg strânsa legătură dintre acțiunile lor, numai când depun toate eforturile pentru a se înțelege reciproc și a gândi asemeni celuilalt, marele potențial al televiziunii poate fi atins.

2 REPORTERUL DE TELEVIZIUNE

Puțini dintre cei care aspiră la o carieră de reporter în televiziune înțeleg exact ce implică această meserie. Partea evidentă o vedem zilnic pe ecranele televizoarelor. Cum funcționează însă un reporter, unde încep și se încheie responsabilitățile sale și cum interacționează el cu restul lanțului editorial, acestea sunt lucruri mai puțin evidente. Publicul confundă adesea rolul reporterului cu cel al prezentatorului sau moderatorului întrucât sarcinile lor se suprapun uneori. A fi reporter de teren este de multe ori o treaptă spre siguranța platoului, cu luminile și farmecul lui. Trecînd însă din echipa celor care furnizează știri în echipa celor care le prelucrează, fostul reporterul devine din creator al conținutului mai degrabă interpret al conținutului creeat de alții.



2.1 Responsabilitățile reporterului

Rolul concret al reporterului într-o televiziune depinde în totalitate de politica editorială a postului și de agenda programului pentru care lucrează. Jurnalele de știri locale, regionale, naționale sau internaționale au propriile lor cerințe. În unele organizații vei fi tratat separat ca reporter. În altele atribuțiile tale vor include filmarea și montarea propriilor materiale.

Indiferent însă de denumirea postului pe care-l ocupi sau de sarcinile suplimentare pe care trebuie să le îndeplinești, rolul tău primordial este acela de a aduce subiecte și a produce știri. Aceasta înseamnă fără echivoc asumarea responsabilității editoriale pentru conținutul și forma întregului material – analizând pe loc valoarea de știre a unui subiect, identificând persoanele implicate , realizând interviurile, filmând stand-up-ul, înregistrând comentariul pentru voice-over și coordonând activitatea echipei. La aceasta se adaugă încadrarea în limitele de buget, echipamente și dead-line. Un material genial care e gata prea târziu pentru emisie nu mai are nici o valoare. De asemenea trebuie să fii capabil să realizezi transmisiuni în direct.

Asta nu înseamnă că toată activitatea ta se va desfășura în teren. Vei petrece un timp cel puțin la fel de lung în newsroom, antrenat în căutarea de subiecte noi, documentarea celor existente, scriind scripturi sau scenarii, scriind și înregistrînd voice-over, scanînd știrile de agenție și fluxurile de știri.

2.2 Activitatea curentă a reporterului de televiziune

În teren reporterul răspunde de acoperirea subiectului asumîndu-și rolul de reprezentant al programului și al postului de televiziune. Responsabilitățile sale includ atât conducerea echipei de filmare cât și controlul conținutului editorial. În unele organizații reporterul îndeplinește el însuși și rolul de cameraman și/sau editor de imagine.

1. **Face documentarea la fața locului**



2. **Decide conținutul și forma știrii**



3. **Supraveghează și comunică cu cameramanul**



4. **Realizează interviuri**



5. Înregistrează stand-up-ul



5. Scrie și înregistrează comentariul voice-over



7. Menține legătura cu redacția



2.3 Locul reporterului în fluxul știrilor

Drumul unei știri de la idee la transmisie arată cam așa, într-o schemă pe care o vom numi lanț editorial:



1. Ideea de subiect
2. Planificarea
3. Briefingul reporterului
4. Briefingul cameramanului
5. Deplasarea echipei la fața locului
6. Întoarcerea cu materialul filmat
7. Montajul
8. Transmisia

Reporterul reprezintă doar o verigă a lanțului editorial care începe cu ideea unui subiect și se termină cu transmiterea materialului în cadrul unui program de știri. De regulă redacțiile de știri separă responsabilitățile, reporterii aparținînd grupului de jurnaliști care asigură colectarea știrilor. (input). Ceilalți procesează știrile și pregătesc materialele pentru transmisie. (output).
Pe scurt, traiectoriile persoanelor responsabile cu colectarea știrilor în lanțul editorial arată așa :

REPORTER		**CAMERAMAN**
Briefing pe subiect		Briefing pe subiect
Deplasare la filmare		Deplasare la filmare
	Întâlnire	
Documentare pe loc		Pregătirea echipamentului
	Acoperirea subiectului	
	Materialul brut	
	Editare video (montaj)	
	Transmisie	

3. MANAGERIEREA UNEI ȘTIRI DE TELEVIZIUNE

Indiferent care ar fi subiectul, trebuie să faci un efort susținut și conștient pentru a îndeplini toate etapele în timp astfel încât materialul să fie gata de difuzare pentru jurnalul în care a fost planificat. Păstrează ordine în filmare pentru ca la bază montajul să fie rapid, sau premontează în cameră pentru o eventuală transmisie live. Lasă-ți întotdeauna o marjă de siguranță: adesea procesarea materialului durează mai mult decât filmarea.

3.1 Analiza știrilor

Nu-ți trebuie un talent deosebit pentru a recunoaște o știre ”bombă” atunci când apare. Schimbările politice, dezastrele naturale sau accidentele, mișcările sociale, crimele și infracțiunile deosebite, procesele de răsunet – vorbesc de la sine. Ceea ce deosebește jurnalistul de restul lumii este capacitatea exersată de a ”mirosi” subiecte care, deși mai puțin evidente, trezesc interesul sau au un impact asupra vieții oamenilor.

Pe bună dreptate, se spune că ponderea știrilor generate de Guvern sau Palatul Cotroceni în jurnalele principalelor televiziuni este mult prea mare. Și televiziunile locale tind să-și dea importanță transmițând știri dinspre și despre autorități, având falsa senzație că ”oficialitatea” acestor știri le conferă o mai mare greutate. De multe ori știrile reale, care influențează mult mai direct viața oamenilor, sunt trecute, accidental sau cu intenție, pe planul al doilea. Unii critici afirmă că agenda jurnalelor de știri se construiește pe baza ziarelor și site-urilor și că televiziunea nu are resursele de a ieși din tipare. Unele televiziuni, printre care și BBC, și-au extins rețeaua de corespondenți proprii cu intenția declarată de a produce mai mult conținut original și de a reduce dependența de subiectele agențiilor și ale ziarelor.

3.2 Valorile jurnalismului de televiziune

Jurnaliștii de televiziune și cei de presă scrisă diferă semnificativ în atitudinea lor față de știri. Presa tabloidă își umple primele pagini cu subiecte irelevante sau bizare, ignorate de ziarele serioase. Televiziunea deschide adesea jurnalele cu imagini fără relevanță pentru print sau radio. Și atunci, cum să apreciezi valoarea de știre a unui subiect?

- În primul rând întreabă-te cât e de important pentru public.
- A scormoni în ziare și pe internet după subiecte este o alternativă jalnică la identificarea propriilor subiecte.
- Nu aștepta să-ți dea agențiile subiectele mură-n gură.
- Coboară în stradă, intră în piețe și magazine, ia autobuzul, vorbește cu oamenii , încearcă să generezi material original.

3.3 Planificarea știrilor

Subiectele sunt grupate pe o listă de știri posibile, care urmează să fie discutată în ședința de la nivelul editorial superior. Această ședință are loc de regulă săptămânal, dând suficient timp producătorilor să evalueze aceste sugestii. Unele subiecte sunt abandonate rapid, altele vor fi investigate mai amănunțit înaintea luării unei decizii. Pentru subiectele care primesc undă verde se iau în calcul problemele logistice – deplasări speciale, rezervări de satelit, cooperări interdepartamentale sau cu alte organizații – înainte de a începe planificarea detaliată.

Ca reporter, probabil că nu vei fi implicat în acest stadiu incipient. Depinde de modul în care funcționează organizația în care lucrezi, dacă planificarea și producția știrilor sunt separate sau integrate și dacă tu însuți ai alimentat sistemul cu idei de subiecte.

3.3.1 Agenda zilnică

Odată redusă la dimensiuni fezabile, lista originală de subiecte posibile devine plan de lucru care se emite la începutul fiecărei zile de muncă. Acum începe planificarea detaliată a producției fiecărui subiect. La prima vedere pare o treabă simplă, adesea însă devine complicată și de durată din cauza unei mari doze de neprevăzut care poate apărea pe parcurs.

3.3.2 Editorul coordonator

Responsabilitatea se mută acum pe umerii editorului coordonator, uneori aceeași persoană cu producătorul. Reporterii specializați vor fi invariabil alocați subiectelor din aria lor de competență. Briefingul reporterului poate să varieze de la simpla descriere a subiectului, locației și numelui unei persoane de contact la discuții detaliate referitoare la căile de tratare a subiectelor dificile și structurarea interviurilor.

3.3.3 Planificarea subiectelor

Nu toate știrile sunt evenimente neașteptate. Planificarea detaliată a acoperirii unor evenimente cunoscute se face cu mult timp înainte. Lista evenimentelor posibile devine agenda zilnică . Aceasta generează fișa de subiect care furnizează informația de bază echipei de filmare.

3.4 Sursele

Televiziunile care produc știri sunt asaltate de informație nesolicitată care curge neîncetat pe e-mail, prin poștă, telefoane sau vizite la redacție. În unele cazuri această informație furnizează subiecte importante dar în rest, existența unor surse profesioniste este esențială.

3.4.1 Agențiile

O mare parte a materialului brut pe care se bazează programele de știri provine de la agenții locale, naționale sau internaționale. The Press Association (PA) Reuters, the Associated Press (AP), United Press International (UPI), Agence France Press (AFP) și alte asemenea agenții furnizează conținut pe bază de abonament pentru newsrooms din toată lumea. Angajații agențiilor și reporteri freelance sunt adesea primii care generează subiecte, stabilind agenda serviciilor de știri doritoare să le dezvolte.
Mai aproape de casă, fiecare newsroom are propriile surse de încredere care livrează informație pe baza căreia se construiesc agendele. Reporterul individual – cu precădere cel specializat – se bazează pe propriul carnețel cu contacte.

3.4.2 Contactele personale

Știrile sunt generate de oameni. Astfel numele, adresa, telefonul sau e-mailul oricui ar putea vreodată să-ți fie de folos profesional trebuie reținute. Mă refer la foști intervievați, potențiali intervievați sau surse de subiecte, de documentare sau de opinie. Notați organizațiile sau oficialitățile care vă lansează invitații sau pe care le întălniți la evenimente publice, politicienii locali sau vedetele pe care le întâlniți. Oficialitățile minore vor deveni cândva majore. Politicienii locali devin adesea figuri naționale. Atenție la specialiștii din diverse domenii din propriul vostru cerc de cunoștințe sau la apartenența lor la diverse organizații. Să aveți întotdeauna la voi cărți de vizită.

Rubricile de corespondență din ziare sau de pe site-uri sunt de asemenea util de urmărit. Adesea cei care scriu acolo reprezintă organizații de toate felurile. Mulți oameni cunoscuți care ezită să-și dea contactele le expun de bunăvoie în corespondențe de genul acesta.

Construiți-vă o agendă cu contactele tuturor celor care ar putea vreodată să vă fie de folos. Începerea agendei de la zero durează mult timp. Încercați să începeți propria agendă apelînd la bunăvoința unor colegi reporteri cu mai multă experiență. Pe parcurs, puteți face schimb de contacte cu alți reporteri de același nivel cu voi. Concentrându-vă fiecare pe tematica proprie vă veți construi agenda mult mai repede împreună.

3.4.2.1 Păstrează agenda

Când, în cele din urmă ți-ai construit agenda, păstreaz-o în siguranță! Reporterii cu experiență își păzesc cu străşnicie lista de contacte în orice situație.

3.4.3 Utilizarea contactelor

Zvonurile și bârfa nu pot înlocui faptele. Nu credeți tot ceea ce vi se spune. Scepticismul e binevenit atâta timp cât nu devine obsesiv și te face să nu accepți realitatea evidentă.

3.4.4 Verificați și alte surse

Oamenii care vă dau informații pot fi de bună credință sau pot urmări interese ascunse. Verificați informația și din alte surse. Fiți loiali celor care vă dau constant informații și păstrați confidențialitatea sursei dacă sursa așa dorește. Există reporteri care mai degrabă ar face pușcărie decât să-şi dezvăluie sursele. Atenție, insă! Nu faceți promisiuni pe care nu le puteți onora. În unele cazuri, divulgarea unor informații contravine legii și atunci instanța de judecată te poate obliga la divulgarea sursei.

3.4.5Acreditări și autorități

Reporterii specializați aparțin unor grupuri care se bucură de anumite privilegii față de colegii lor generaliști. Primesc copii ale unor documente sau discursuri oficiale înainte ca acestea să devină publice, li se pun la dispoziție mai ușor documente necesare realizării unor materiale exacte și profesioniste. Reporterilor cu acreditări oficiale li se eliberează adesea și permise speciale de intrare sau trecere.

Reporterilor acreditați li se înlesnește accesul la activitățile și conferințele de presă ale Preşedinției, Parlamentului, altor organizații oficiale.

Organizațiile oficiale susțin ocazional conferințe de presă susținute de conducătorii acestora, purtătorii de cuvânt sau ambii. În cadrul acestor conferințe de presă se fac informări asupra chestiunilor actuale și se răspunde întrebărilor reporterilor acreditați.

Atenție însă! Politicienii și oficialii din ministere folosesc adesea presa pentru a transmite idei sau teorii care pot genera controverse care să abată atenția de la problemele care afectează real populația.

Oricum ar fi, unele subiecte sunt imposibil de acoperit corect fără sprijinul autorităților. Dacă pierzi avionul spre următoarea vizită a președintelui ai ratat subiectul. Dacă subiectul tău vizează trupele române în Afganistan, vei avea nevoie de sprijinul Ministerului Apărării Naționale pentru a ajunge acolo și pentru a avea acces la mijloacele de comunicație.

Problema este că în asemenea situații trebuie să te supui condițiilor impuse de gazde – iar în anumite situații prețul plătit pentru realizarea materialului poate fi prea mare.

4: JURNALISMUL VIZUAL
Știrea de televiziune

4.1 Cum să spui povestea în imagini.

Astăzi știrile sunt mai puternice și mai pline de sens pentru public decât oricând în istoria jurnalismului. Aceasta se datorează existenței celor două instrumente de bază la îndemâna jurnalistului; camera și microfonul. Microfonul înregistrează sunetul știrilor și vorbele oamenilor. Și cel mai important, camera înregistrează acțiunea exact așa cum se desfășoară. Camera și microfonul au puterea de a aduce publicul la fața locului, de a-l face să se simtă ca și când ar face parte din știrea respectivă. Jurnalismul vizual este astfel cea mai directă formă de comunicare a știrilor. În manieră profesionistă jurnalismul vizual poate fi una dintre cele mai elocvente forme ale artei jurnalismului.



Imaginea care captează senzațiile mediului știrilor întăresc percepția realității.

4.2 Narațiunile vizuale se construiesc pe baza unui focus clar

Narațiunile vizuale iau formă asemeni oricărui alt tip de narațiune în urma unei fraze care definește povestea ce urmează a fi spusă. Această frază sumară se numește focus sau focus statement. Aceasta te ajută să-ți definești povestea în minte înainte de-a începe să filmezi. Definirea focusului îl obligă pe jurnalist să identifice nu doar subiectul ci și ceea ce este important sau interesant în legătură cu acesta. Focusul întruchipează conceptele vechi de secole de temă, premisă și punct de vedere al reporterului.

Focusul este o frază simplă, vie, declarativă care exprimă esența, sufletul poveștii care va fi transmisă. Îți va fi imposibil să spui altora povestea înainte ca tu însuți s-o știi și s-o înțelegi. Degeaba vorbești la cameră dacă nu înțelegi subiectul. Reporterul nu e niciodată subiectul. SUBIECTUL este subiectul iar în televiziune cele mai bune subiecte sunt cele vizuale.

4.3 Începeți cu imaginile

Cele mai puternice știri de televiziune se obțin atunci când reporterii scriu întâi imaginile. Aceasta se referă la faptul că reporterul trebuie să se gândească întâi la imaginea video și abia apoi la cuvinte. În teren căutați în primul rând imaginile care vor spune povestea. Căutați sunetele care vor adăuga forță, impact, emoţie și înțeles. Folosiți cuvintele pentru a interpreta și explica ceea ce imaginile nu pot.

Adesea reporterii nu utilizează imaginile pe care le aduc acasă pentru a arăta cu adevărat telespectatorului ce s-a întâmplat. Folosesc doar imaginile pentru a ilustra un script scris anterior și apoi ilustrat cu imaginea la îndemână. Rezultă un slideshow, nu o știre de televiziune.

4.4 Filmați secvențe

Ochiul uman fragmentează lumea în milioane de cadre – prim plane, plane medii, plane generale – în succesiunea lor logică. Impresia totală de real este completată de sunetele

pe care urechea le percepe. Mintea noastră alege continuu dintre cadrele pe care le vedem și sunetele pe care le auzim.Apoi fragmentele alese sunt puse la un loc pentru a reconstrui cu ochii minții un film din care înțelegem lumea ce ne înconjoară. Creierul nostru este de fapt un regizor de film. Construiește minifilme pe care le vedem cu ochii minții. Noi aplicăm același proces este în jurnalismul vizual. Spunem povestea în imagini fragmentând-o inițial în părțile componente și apoi reconstituind-o din acele fragmente.

In televiziune trebuie urmat același proces când filmăm și edităm dacă dorim ca publicul să aibă sentimentul că trăiește și înțelege știrea noastră. Secvențele cu acțiune care se continuă dintr-un cadru în următorul imită modul în care privitorul ar ”rupe” acțiunea dacă ar fi la fața locului. În viața reală construim secvențe continuu și inconștient: Mergem spre o cabină telefonică și observăm că lipsește cartea de telefon. Căutăm în buzunar sau în poșetă monedele, apoi le numărăm. Ne uităm la tastatură în timp ce formăm numărul. Ne întoarcem, ne sprijinim de peretele cabinei și privim trecătorii. Le vedem fețele, pantofii, cum pășesc, ce genți poartă. Vedem mașinile și autobuzele care trec pe stradă. Le vedem numerele de înmatriculare, șoferii, tipurile de mașini, chiar fumul din eșapament. Dacă ar fi să izolăm fiecare dintre aceste cadre separate înregistrate de ochiul nostru, am obține o secvență alcătuită din plane generale (PG), plane medii (PM), prim plane (PP) sau plane detaliu (PD) cam în felul următor:

Cabina telefonică (PG)
Căutând cartea de telefon (PM)
Privind monedele (PM sau PP)
Apăsând butoanele (PD)
Privind trecătorii (PG, PM și posibil PP)
Mașini și autobuze trecând (PG,PM și posibil PP)

Dacă în loc să privim aceste lucruri le-am fi filmat, am fi produs o secvență care montată și vizionată pe un ecran ne-ar da sentimentul că am ”văzut-o cu ochii noștri”. Secvențele ne ajută să creem un acut sentiment al realității.

Montajul secvențelor e dificil de realizat atunci când imaginile sunt forțate să satisfacă un script scris dinainte. Este imperativ ca reporterii să învețe să gândească în secvențe și să ”scrie” întâi imaginile. Astfel, reporterul are șansa să audă din partea telespectatorului cel mai frumos

compliment care i se poate face unui reporter de televiziune: ”Parcă aș fi fost acolo!”

4.5 Susțineți vizual focusul pe care l-ați ales

Odată ce vi s-a repartizat o știre, ați documentat-o și v-ați stabilit focusul, reporterul și cameramanul trebuie să lucreze împreună pentru a susține vizual acest focus. Să presupunem că știrea este despre un nou regulament adoptat de școala din cartier care presupune că orice agresiune împotriva elevilor trebuie raportată poliției în 24 de ore.

Dacă focusul tău spune: ”Conducerea școlii a adoptat un regulament dur împotriva celor care agresează elevii” ați stabilit deja calea de urmat și modul în care știrea va fi construită. Dacă focusul vostru spune ”Copiii agresați au de astăzi un apărător în școli”, știrea se poate concentra mai mult pe rolul profesorilor în protecția elevilor, îndepărtându-te de discuția despre pedepsirea agresorilor.

Dacă subiectul este un incendiu la un depozit, poți identifica focusul prin propoziția ”A avut loc un incendiu puternic” iar știrea se va dezvolta natural. Dacă însă focusul va fi ”Meseria de pompier presupune zile întregi de plictiseală urmate de minute de teroare”, tratarea vizuală a știrii se modifică în consecință. Dacă în aceeași știre focusul a fost ”Acest incendiu i-a pus pe pompieri în situația de a suporta în același timp căldura dogoritoare și înghețul”, vizual știrea ta se va modifica corespunzător.

4.5.1 Focusul se poate schimba

Uneori prin documentare poți identifica și expune clar esența știrii pe care trebuie s-o faci. Alteori, povestea reală poate fi identificată clar abia după ce-ai ajuns la fața locului. Poți descoperi, în opoziție cu ce se știa în newsroom, că nu e vorba despre un incendiu de proporții ci doar de foarte mult fum. Sau descoperi că respectarea regulamentului deja existent în școli ar fi eliminat cazurile de agresiune împotriva elevilor. Focusul se poate schimba adesea chiar sub ochii voștri odată cu evoluția acțiunii (un pompier este blocat de căderea unei grinzi în interiorul depozitului care arde iar salvarea sa devine prioritatea detașamentului de pompieri).

Este esențial să fii oricând pregătit să schimbi focusul știrii tale dacă acesta se schimbă sau dacă nu a fost corect enunțat din start. Orice știre suferă dacă reporterul sau cameramanul insistă să dovedească un focus prefabricat și eronat iar rezultatele se vor vedea rapid pe ecran și în cifrele de audiență. Evident, știrea suferă în egală măsură atunci când focusul lipsește cu desăvârșire.

4.5.2 Căutați focusul și în subiectele accidentale !

Există o poveste în fiecare subiect pe care-l acoperi, chiar atunci când timpul te presează și nu controlezi evoluția acțiunii. Să presupunem că afli despre un incendiu în centrul orașului. Sari în mașină și în câteva minute ești la locul acțiunii. Nu știi ce se întâmplă, dacă sunt victime sau care a fost cauza incendiului. Filmezi din greu fumul ridicându-se, pereții prăbușindu-se și poate câteva momente dramatice cu salvarea victimelor. Comiți însă o greșeală profesională de neiertat dacă te întorci la bază fără să stabilești ”Care e de fapt povestea?”



4.6 Găsiți contextul știrilor accidentale

Atunci când filmezi știri accidentale, prima regulă este să filmezi ceea ce găsești la fața locului, ceea ce trebuie filmat înainte de-a se pierde definitiv și ceea ce trebuie să filmezi pentru a fi protejat profesional. Oprește-te apoi și întreabă-te; ”Care este de fapt povestea în întâmplarea asta ?” Va trebui să afli poate răspunsul vorbind cu pompierii, proprietarii sau chiriașii. Odată ce ai identificat contextul, poți începe să filmezi din nou, de data asta faza a II-a a

poveștii. Acest mod de lucru presupune ca operatorul de imagine să se considere și să fie considerat parte a echipei jurnalistice de televiziune. De asemenea presupune că reporterul a învățat să gândească în imagini.

4.7 Spuneți povestea prin intermediul oamenilor

Încercați întotdeauna să spuneți povestea cu ajutorul unor personaje cât mai credibile, implicate în acțiuni pline de conținut, ofertante din punct de vedere vizual. Prea des reporterii spun povestea ei înșiși, folosind autoritățile (primar, prefect, profesori de sociologie, comandanți de poliție sau de pompieri) pentru a explica lucruri pe care oamenii de rând le trăiesc zilnic în moduri mult mai elocvente. Sociologul vă va spune că vecinii de bloc trăiesc în izolare și nu se cunosc între ei. Tot asta vă poate spune și un locatar al blocului, într-un mod mult mai direct și mai ușor de înțeles pentru marele public. Întrebați-i direct dacă știu numele vecinilor. Stânjeneala evidentă și în fine răspunsul ”Nu-l știu” vor fi mult mai elocvente și mai memorabile decât cuvintele seci ale unui specialist. De ce trebuie să ne spună ministrul că inundațiile au făcut prăpăd, când locuitorii satului respectiv vă pot duce în ceea ce a mai rămas din gospodăriile lor ? Uneori ai într-adevăr nevoie de reprezentanți ai autorității în știrile tale. Dar oamenii simpli, cei care trăiesc evenimentele, n-au voie să lipsească. Acești oameni vă ajută să spuneți povestea într-un mod mult mai direct și mai vizual decât prin vocea autorității.

4.8 Folosiți întotdeauna sunetul natural

Seară de seară urmărim jurnale de știri din care nu rămânem cu nimic deoarece ni se SPUNE ce s-a întâmplat – fără să ni se permită să ”simțim” noi înșine evenimentul. ”Contractul reporterului cu publicul durează aproximativ 15 – 20 de secunde" – spunea Bill Taylor, news consultant și managing partner la Audience Research and Development. ”La fiecare 15 secunde, reporterul trebuie să-și înnoiască acest contract, altfel va pierde audiența.”[9] Sunetul natural este una dintre modalitățile de ”reînnoire a contractului”: Nimic nu ajută mai mult la creearea sentimentului de realism. Sunetul clar, puternic și proaspăt îți dă un sentiment acut de prezență la fața locului și ajută enorm la înțelegerea evenimentului.



În știrile de televiziune sunetul e o formă fundamentală de comunicare, ajutând la construirea sentimentului de realitate.

4.9 Surprindeți audiența

Încercați să introduceți surpriza în știrile voastre pentru a menține implicarea publicului telespectator. Prin surpriză înțeleg orice modalitate prin care pot face telespectatorul să simtă ceva pentru subiectul meu, prin care trezesc interesul celor dezinteresați pentru știrea mea, prin care leg audiența mai puternic de subiect sau personajele sale. John De-Tarsio, National Photographer of the Year, KNSD, San Diego, începe o știre despre un incendiu cu strigătul unui pompier, ”Aer! Aer! Nu pot respira!”.[10] John Goheen, triplu nominalizat la National Photographer of the Year, KMGH, Denver, ”introduce” telespectatorul într-o găleată în timp ce fermierul spune ”Ăsta e indicatorul meu de precipitații. Bag seama a plouat preț de vreo doi centimetri.” Surprizele pot fi imagini puternice, sunete neobișnuite, scurte declarații sau formulări literare de genul celei folosite de Bruce Morton într-un material despre radiația atomică: ”Odată ca niciodată, pe o insulă din Oceanul Pacific, soarele a explodat”. Surprizele sunt, deci, mici momente dramatice, indiferent de forma lor, care mențin treaz interesul audienței pentru munca noastră de jurnaliști TV.

4.10 Fragmentele cu sunet natural trebuie să fie scurte

Fragmentele scurte pot fi utilizate eficient în susținerea știrii pe care o prezentați. Eficiența lor scade atunci când incercați să înlocuiți cu ele munca de reporter. Cea mai

eficientă modalitate de abordare este aceea de a utiliza fragmentele cu sunet natural ca semne de exclamare, pentru a întări puterea imaginii și pentru a punctua conținutul. În televiziune fragmentele cu sunet natural trebuie să dureze între 5-15 secunde atunci când nu constituie ele însele părți esențiale ale știrii. Fragmentele cu sunet natural trebuie să facă povestea mai puternică dar nu trebuie exagerat până la punctul în care pot distruge știrea.

4.11 Plasați știrea în context

Mulți vor privi amuzați o știre care spune ”E distractiv în vacanță” dar majoritatea vor gândi, pe de altă parte :”Asta știu și eu, ce-i cu asta?” dacă asta-i tot ce le spui. Puțini vor uita însă știrea dacă o pui în context: ”Vacanțele de familie creează mai mult stress decât relaxare”. Până și știrile de rutină despre accidente rutiere pot fi puse în context dacă privești dincolo de eveniment și încerci să înțelegi cauzele reale. O modalitate simplă de punere în context este aceea de a te întreba tu însuți ”Și ce-i cu asta?” Imediat după ce ți-ai enunțat focusul, pune-ți întrebarea ”Și ce-i cu asta?” și caută un răspuns. Dacă crezi că și publicul se va întreba același lucru când vor vedea știrea, caută un alt focus înainte de a te apuca de lucru.

4.12 Faceți știri memorabile

Cele mai puternice știri sunt memorabile. Oamenii relaționează cel mai bine cu subiecte care le ating sufletul și emoțiile. Faceți știrile astfel încât oamenii să simtă ceva pentru subiect sau personaje, să le trezească emoții. În felul acesta știrea are șanse mai mari să interacționeze cu publicul.

4.13 Știrile sunt "mini-filme"

Știrile de televiziune pot fi privit ca fiind filme în miniatură, cu început, mijloc și sfârșit. La fel ca orice altă formă de comunicare vizuală, ele îi spun telespectatorului încotro se îndreaptă povestea, prezintă ideile și le susține vizual, construind apoi un final vizual puternic. Într-un fel, seamănă cu reclamele de televiziune, care au un început(enunțând o problemă sau o nevoie), o parte centrală (care prezintă produsul și utilitatea lui și un final (rezolvarea problemei). De regulă, reclama de 30 de secunde își transmite mesajul prin mijloace vizuale puternice, adesea memorabile. Reclamele eficiente integrează sunet puternic și elocvent, la

care se adaugă un scenariu bun și montaj creativ, totul în slujba mesajului. Aceleași principii se aplică atât știrilor de televiziune cât și filmelor artistice, ca și reportajelor sau documentarelor de televiziune.

4.14 Deschiderea

Începutul trebuie să transmită instantaneu, telegrafic, știrea care urmează. Ideal este ca începutul să fie vizual. Dacă știrea este despre un alpinist blocat pe o stâncă, știrea iși va face mai bine datoria dacă se deschide cu un cadru cu alpinistul în situația dificilă, decât cu salvamontiștii care își pregătesc echipamentul. Dacă știrea este despre șomaj, căutați un început plin de înțeles în locul unui cadru de localizare cu Oficiul forțelor de muncă.

4.15 Susțineți vizual toate ideile principale

În desfășurarea știrii, una dintre principalele obligații ale jurnalistului de televiziune este de a trata subiectul vizual și de a susține ideile principale prin imagine. Partea cea mai consistentă a știrii nu poate fi construită înainte ca jurnalistul să identifice principalele idei ale subiectului.

De multe ori jurnalistul se pomenește cu carnețelul plin de notițe și cu 30 de minute de interviu dar știrea încă nu e clară în mintea lor. În primul rând trebuie să înțelegi clar că acele însemnări reprezintă DOCUMENTAREA și nu POVESTEA. Apoi, pe baza celor aflate, întreabă-te care sunt cele mai importante trei sau patru lucruri pe care le-ai aflat. Odată ce le-ai identificat, caută cele mai bune metode pentru a le susține vizual.

Să presupunem că ideea principală în știrea despre agresarea elevilor este aceea că, anual, 300 de elevi din oraș cad victime acestui fenomen. Sigur, poți explica totul într-un voice-over dar audiența va uita urgent acest număr. Nimeni nu-l va uita însă dacă îl veți exprima vizual. Cum? Printr-un simplu stand-up. Reporterul poate sta în curtea goală a școlii indicând aria pe care ar ocupa-o cei 300 de copii. Apoi, un plan general al curții, însoțit de textul ”Copiii agresați în orașul nostru timp de trei ani, cu greu ar încăpea în această curte”.

Cu mare atenție și multă muncă, aproape orice idee poate fi exprimată vizual și astfel mai bine înțeleasă și mai greu de uitat. Alternativa, care niciodată nu conduce la un produs de

televiziune de calitate, este de a scrie un text care exprimă ideile principale, acoperit ulterior cu imaginile pe care le am la dispoziție.

Chiar și noțiuni abstracte cum ar fi inflația pot fi exprimate vizual, astfel încât să rămână în mintea publicului. Cum procedezi? Primul impuls este acela de a apela la grafică, de a prezenta tabele şi grafice încărcate de cifre, cu săgeți care arată creşteri și descreșteri. Dacă poți însă gândi în imagini, efectul asupra publicului va fi mult mai puternic.

O rezolvare vizuală posibilă a știrii despre creșterea inflației poate fi rezolvată în piață. Dați-i unui țăran 5 lei și cereți-i să vă pună cartofi de banii ăștia, Apoi rugați-l să vă pună cartofii pe care i-ați fi putut cumpăra anul trecut cu aceiași bani. Și apoi cantitatea pe care ați fi putut-o cumpăra acum trei ani. Vă garabtez că oamenii care vor vedea știrea o vor ține minte și peste un an, ca să nu vorbim de faptul că o vor înțelege dureros prin prisma propriei experiențe. O altă variantă de rezolvare a aceleiași situații poate fi filmarea unei gospodine care pune pe masă o sticlă de ulei. Textul voice-over-ului poate spune: ” Acum trei ani, un litru de ulei costa patru lei. Astăzi, cu aceiași bani, poți cumpăra doar 400 de mililitri”. În acest timp, gospodina a turnat cei patru sute de mililitri într-o sticlă mai mică, ultimul cadru cuprinzând ambele sticle.

Să continuăm exemplele: O idee principală a unei știri poate fi aceea că mâncatul în oraș devine un obicei tot mai răspândit. O altă știre spune că din cauza camioanelor grele care transportă materiale pentru autostradă, drumurile județene se distrug. În ambele cazuri, creativitatea și imaginația reporterului trebuie să-și spună cuvântul în exprimarea lor vizuală. În primul caz, cel al ieșitului la masă în oraş, poți da o căutare pe internet cu cuvintele cheie ”restaurant pizzerie Cluj” observând câte dintre rezultate datează din acest an. În cazul știrii cu camioanele care distrug drumurile județene, un interviu cu un specialist care ne explică cum se strică un drum când trece un camion greu peste el nu va exprima aproape nimic. Nici un voice-over ilustrat cu camioane mergând pe drum nu va rezolva mare lucru. Ceea ce ar putea fi o soluție, este un plan detaliu al asfaltului care se deformează sub roțile unui camion greu într-o zi caniculară, efectul putând fi amplificat de slow motion, arătând apoi cum dislocarea asfaltului evoluează în gropi din ce în ce mai mari.

4.16 Încheierea

Finalul știrii trebuie să fie cât de puternic se poate. De fapt, din momentul în care ajungi la fața locului, începe să cauți cadrele pentru deschidere și final. Apoi poți construi vizual știrea fiindcă știi deja cum începe și cum se termină.

Cadrul final al unei știri despre sărăcie ar putea prezenta o femeie cu ajutor de șomaj, așezată seara la masa din bucătărie uitându-se absentă la teancul de facturi pe care le are de plătit din venitul ei infim. O știre despre o persoană publică care tocmai a murit poate să se încheie cu un cadru de arhivă cu persoana respectivă făcând cu mâna un ultim semn de adio admiratorilor.

Dintre toate modalitățile de a încheia o știre, cea mai slabă este aceea în care un reporter face un stand-up în care trage niște concluzii și ne spune cum îl cheamă. Asta nu va transmite nimic publicului telespectator, care nu va nutri nici un sentiment pentru bietul reporter lipsit de profesionalism. Singura persoană care va aprecia finalul va fi mama reporterului.

4.17 Scrieți DUPĂ imagini

Unii jurnaliști dau vina pe telespectatori pentru faptul că aceștia nu înțeleg și nu-și amintesc știrile, uneori imediat după terminarea jurnalului. Vina nu este a lor ci a reporterilor neprofesioniști incapabili să producă știri relevante, cu dramatism și sentiment, care uzează de prea puține mecanisme care să capteze atenția publicului.

Chiar și atunci când cuvintele sunt esențiale, de multe ori jurnaliștii eșuează din lene și prea puțină exigență față de ei înșiși. Nu este simplu la început, dar informația pe care publicul o are deja sau care rezultă din imagine sau sunet de ambianță trebuie eliminată. Cea mai eficientă abordare presupune să SCRII DUPĂ IMAGINE. Într-o știre despre oamenii străzii, de exemplu, imaginea poate să prezinte un om în zdrențe mergând târșind picioarele cu o sticlă de rachiu ieftin în mână. Dacă scrii DUPĂ imagine, mesajul ”Alcoolul îndulcește singurătatea” poate fi formulat în comentariul voice-over ”Nicu se plimbă fără țintă cu singurul prieten pe care-l mai are”. Abordarea opusă presupune să scrii un script și apoi să cauți imagine care să-l susțină. Această abordare are însă un efect negativ asupra imaginii și impactului materialului. E mult mai

ușor să scrii după imagini decât să filmezi și să montezi după un text scris anterior.

4.18 Montajul este un instrument de re-scriere

Computerul de editare este, ca și computerul din redacție, un instrument de scris. Cei care operează aceste calculatoare sunt creatori de conținut în egală măsură cu reporterul.



Procesul de montaj poate rescrie știrea

In computerul de montaj ideile sunt aduse laolaltă, sunt puse în ordine și în relație unele cu altele.

Declarațiile și interviurile sunt poziționate în știre astfel încât să confere o înțelegere clară. Tot în calculatorul de montaj sunetul este egalizat și pus la locul lui pentru a sublinia anumite părți ale poveștii, pentru a da acel sentiment al realității despre care vorbeam. Și tot în calculatorul de montaj voice-over-ul este potrivit și uneori rescris după transformarea cuvântului scris în cuvânt citit și apoi înregistrat. În cel mai clasic înțeles, montajul este o parte esențială a artei narațiunii vizuale, deoarece este procesul prin care cadrele video și sunetele sunt selectate, aranjate și temporizate astfel încât să impună un anumit ritm, un anumit înțeles și o anumită stare pe care produsul final le transmite.

Reiau ideea regizorului rus Pudovkin, care spunea că montajul este ”ghidarea conștientă și deliberată a gândurilor și asocierilor spectatorului”. În consecință, montajul devine o forță vitală a comunicării vizuale, contrar opiniei greșite

că montajul doar leagă cadre între ele și le elimină pe cele proaste din produsul finit.

5. ECHIPA DE ȘTIRI

Echipele de știri sunt în general alcătuite dintr-un cameraman, responsabil cu toate aspectele preluării electronice a informației (video, audio, lumină) și un reporter. Echipele includ și un tehnician de cameră doar atunci când contractele colective de muncă impun acest lucru sau în situații deosebite în care cameramanul are nevoie de asistență (corespondențe de război sau alte situații periculoase sau care necesită acțiune extrem de rapidă) pentru sprijin tehnic și siguranță.

Cameramanul care lucrează în echipă cu reporterul trebuie să aibă capacitatea de a gândi și reacționa rapid, de a avea rezistență fizică, o înțelegere a valorilor jurnalismului și dorința de a găsi întotdeauna modalitatea cea nai simplă și mai directă de tratare vizuală a subiectului.

Echipa trebuie să fie permanent conștientă că se află într-o competiție locală, regională, națională sau internațională. Aprecierea echipelor și a reporterilor se face pe baza rezultatelor muncii lor de zi cu zi, pe baza imaginilor și a mesajului din spatele imaginilor pe care le-au filmat sau, după caz, le-au ratat.



5.1 Cameramanul

Cameramanul este colegul de echipă al reporterului. Responsabilitățile sale privesc amplasarea camerei, compunerea imaginilor și filmarea cadrelor. Cameramanii cu experiență au un rol foarte important în dezvoltarea editorială a

subiectelor. Deși reporterul este formal conducătorul echipei, între cei doi relația trebuie să fie colegială, de colaborare, sfaturile cameramanului fiind de cele mai multe ori benefice materialului filmat.



5.2 Echipa dintr-o singură persoană. Videojurnalistul.

Ultimii ani au însemnat un avans fantastic al tehnicii video și o creștere a flexibilității legislației muncii. Acestea au permis răspândirea pe scară largă a lucrului în echipe alcătuite dintr-o singură persoană. Reducerea echipei la minimul suprem – o persoană care este simultan jurnalist, cameraman, sunetist, luminist – este o realitate din ce în ce mai răspândită. Multe companii mici de știri operează eficient și cu costuri minime pe piața extrem de bugetofagă a televiziunii, instruindu-și personalul să filmeze cu camere digitale, ușoare, performante și ieftine.

5.3 Televiziunea – joc de echipă

În contrast cu presa scrisă și radioul, unde tehnicienii au roluri strict non-editoriale și a căror acțiune începe după ce reporterul și-a încheiat munca, rolul celor care operează tehnica de televiziune este esențial în creearea formei care îmbracă conținutul unui material jurnalistic vizual. Aveți enorm de învățat, în special de la cameramanii buni și mai ales în primii ani ai carierei.

5.3.1 Discutați conținutul

Încercați să stabiliți o relație bună cu cameramanul încă de la început. Obișnuiți-vă să discutați împreună conținutul și forma materialelor înainte de a începe munca propriu-zisă. Lucrul acesta este cu atât mai important la începutul carierei voastre, când sprijinul unui profesionist poate marca jaloane importante în devenirea voastră ca jurnaliști de televiziune. Ca începător, s-ar putea să fiți depășit de aspectele tehnice, însă cameramanii cu experiență nu vă vor abandona niciodată. Ei știu că le stă în putere să suplinească erorile reporterilor începători iar mândria profesională nu-i va lăsa să semneze materiale proaste. Cu toate acestea, oricât de începător ați fi, în teren trebuie să preluați conducerea, iar relația în echipă poate deveni una dificilă. Uneori va trebui să vă susțineți punctul de vedere în fața unui cameraman experimentat. Atunci însă când se dovedește că ați greșit, fiți suficient de maturi să recunoașteți.



5.3.2 Sensibilități și orgolii

Este la fel de important să nu răniți mândria profesională a partenerilor. Evitați să faceți pe regizorul și să vă impuneți violent. Consumați inutil timp și creeați o stare tensionată în echipă. Nu cereți să verificați fiecare cadru. Așteptați ca prima dată să fiți invitați să priviți prin ocularul camerei. Fiți totuși conștienți că nu faceți film artistic. Construirea încrederii reciproce este de o importanță covârșitoare. Aroganța dăunează grav rezultatului muncii în echipă.

În cele din urmă rețineți că răspunderea cameramanului vizează conținutul vizual în contextul unui deadline strict și

gândind pe loc valoarea de montaj a fiecărui cadru. În situații de maximă presiune așteptați-vă de la cameraman la cadre riguroase, corecte, dar fără prea mult aspect artistic.

6: ACOPERIREA UNUI SUBIECT

6.1 Procedee reportericești de bază

6.1.1 Stand-up-ul

Stand-up-ul a fost întotdeauna considerat unul dintre procedeele de bază ale producției de știri de televiziune. Stand-up-ul a fost și rămâne o măsură a stăpânirii de sine și autocontrolului reporterului în fața camerei. Deși tehnica stand-up-ului în sine nu presupune nimic complicat, nici un reporter nu poate progresa serios în carieră fără să-l stăpânească.



Așa cum îi spune și numele, stand up-ul constă în transmiterea verbală a mesajului direct în cameră - și prin cameră, publicului.

Atuurile stand-up-ului:

- Certifică prezența reporterului la fața locului.
- Se face foarte repede.
- Oferă varietate, putând fi folosit de sine stătător sau ca ingredient al unei știri.

Dacă ar fi să aleagă, mulți reporteri buni ar prefera să nu facă stand-up deloc, considerând un eșec recurgerea la imaginea propriei persoane vorbind, în locul unei ilustrații

grăitoare. Alții sunt reticenți deoarece le lipsește tehnica stand-up-ului care depinde în principal în trei lucruri:

- Abilitatea de a compune și a comunica rapid texte vorbite.
- O memorie foarte bună.
- Abilitatea de a transmite fluent idei coerente.

Dincolo de scrierea corectă a textelor în stil jurnalistic, să analizăm alte lucruri necesare.

6.1.1.1 Fundalul (background) potrivit

Fundalul este esențial pentru a dovedi publicului prezența nemijlocită a reporterului în locul în care pretinde că este. Stand-up-ul este întărit de un background relevant, preferabil întotdeauna unuia neutru. Căutați întotdeauna cel mai relevant cadru pentru stand-up, consultându-vă întotdeauna cu cameramanul unde să stați. Nu alegeți fundaluri cu prea multă acțiune. Aceasta va distrage atenția publicului de la ceea ce spuneți. Același efect îl va avea un mediu prea zgomotos. Nu lăsați niciodată telespectatorul să se întrebe de ce ați ales un anume loc să filmați stand-up-ul. Acest lucru trebuie să fie evident.

6.1.1.2 În centrul ecranului sau într-o parte ?

Unele televiziuni își plasează reporterii în centrul imaginii considerând că această poziție le conferă mai multă autoritate. Altele, unde compoziția imaginii e luată mai în serios, preferă plasarea reporterului într-o parte, argumentând că astfel reporterul devine parte a scenei și nu apare ca și cum ar fi suprapus peste aceasta. Dacă nu vi se impune altfel, alegeți să vă plasați într-o parte sau alta a cadrului, după cum vă cere compoziția imaginii. Dacă acțiunea din mijlocul căreia transmiteți are loc în apropierea voastră, cea mai bună încadratură este un plan american, suficient de larg pentru a vedea acțiunea din spatele reporterului dar suficient de strâns pentru a vedea fața și mimica reporterului.



6.2 Construirea unei știri (Package)

Știrea de televiziune este un pachet plin cu ingredientele despre care deja am vorbit. De aici denumirea de ”package” pe care o veți întâlni în limbajul de televiziune.

Cel mai important test pentru abilitatea jurnalistică a unui reporter constă în creearea unui package. Acest lucru combină talentul și cunoștințele reportericești cu înțelegerea tehnicilor de producție de televiziune.

Nu există reguli prestabilite pentru forma sau durata unui package. Reporterul trebuie să-și dezvolte propriul stil de a urma un fir logic și clar al narațiunii și de a menține interesul telespectatorului, indiferent de subiectul abordat.

Ocazional, mai ales la început de carieră, veți fi ajutat de colegi cu mai multă experiență. În cele mai multe cazuri însă veți fi pe cont propriu. În trecut, reporterii începători erau întotdeauna repartizați în echipe cu experiență. Astăzi șansa de a fi tu însuți și cameraman este foarte mare, cunoașterea tehnicilor de producție devenind astfel indispensabilă pregătirii voastre ca viitori reporteri de televiziune.

6.2.1 Documentarea

Documentarea este o premiză a televiziunii de calitate. Ea începe cu înțelegerea clară a locului și timpului când evenimentul are loc. Urmărește înțelegerea clară a subiectului. Modul de abordare și gradul de dificultate variază de la subiect

la subiect. Cu o planificare adecvată, inclusiv alocarea unui timp de pregătire rezonabil, unele informații pot fi cunoscute dinainte de filmare: informații anterioare sau numele potențialilor intervievați, pe cameră sau în afara ei.

6.2.2 Planificarea formei

Știrea de televiziune se construiește pe **PRINCIPIUL UNITĂȚII DRAMATICE** care dezvoltă subiectul în trei pași

- Punct culminant
- Cauză
- Efect

Cu excepția cazurilor în care avem de a face cu știri accidentale care necesită o abordare intuitivă la fața locului, majoritatea package-urilor pot fi încadrate în tipare previzibile. Varietatea vine din ordinea, numărul și durata fiecărui ingredient, astfel încât forma finală a unui package trebuie planificată și apoi elaborată astfel încât să aibă o maximă valoare jurnalistică.

6.2.3 Prospecția

Prospecția este vizita efectivă la locul viitoarei filmări. Importanța ei rezidă în aceea că vezi cu ochii tăi cadrele, lumina, asculți sunetele locului, observi tu însuți toate problemele tehnice pe care le ai. (surse de curent la îndemână, frig, vânt puternic, chiar mirosuri neplăcute, drumul greu până acolo,etc.) Ori de câte ori este posibil, faceți prospecția la fața locului. În producția de film documentar, de exemplu, lipsa prospecției este de neconceput. În producția de știri, o prospecție bine făcută crește substanțial viteza și eficiența producției. Desigur, o abordare flexibilă la fața locului este benefică dar prea multă improvizație, totul din mers, duce la haos.

În cel mai rău caz, ajungeți la fața locului cu câteva minute înaintea echipei pentru a înțelege situația din teren, a identifica potențiale cadre(pentru interviu, stand-up, ilustrație) și pentru a stabili contacte.

Subiectele temeinic documentate pot fi, în mare măsură, realizate pe baza unui scenariu pregătit dinainte. Indiferent de natura subiectului, un package trebuie astfel construit încât telespectatorul să nu simtă trecerile de la un element la altul. Comentariul voice-over trebuie să se îmbine armonios cu

părțile de interviu; stand-up-ul trebuie să preia fin ideea, verbal, vizual și acustic – toate acestea venind natural după o muncă susținută, gândire jurnalistică și profesionalism investite în construcția materialului.

6.2.4 Să știi ce să filmezi

Rar se întâmplă ca echipele de filmare, în clipa în care ajung la eveniment, să sară din mașină și să filmeze tot ceea ce văd, ca un commando din filmele de acțiune. Filmările trebuie să se facă într-o manieră mult mai ordonată, după un plan organizat. Să ai prea mult material sau prea puțin, este la fel de rău. Cineva va trebui să-l vizioneze și e enervant și ineficient să cauți printr-o oră de filmare cadrele relevante pentru o știre de 90 de secunde. Memoria cardului sau minutele de bandă te invită uneori să tragi în neștire. Rezistați acestei tentații. Discuțiile despre cât e bine să filmezi durează încă din anii 1960 când în teren televiziunea filma pe peliculă. Rapoartele brut-finit diferă de la caz la caz. În mod normal, este general acceptat că un raport de 6:1 e mulțumitor pentru știri. (6 minute filmate la 1 minut știre montată).

6.2.5 Parteneriat editorial

Am stabilit deja clar că o știre bine făcută este rezultatul unei relații profesionale corespunzătoare între reporter și cameraman. Este însă necesar să înțelegeți limitele tehnice ale echipamentului și timpul necesar pregătirii filmării, să înțelegeți că problemele tehnice pot da peste cap până și cele mai bine structurate planuri.



De regulă, unui cameraman experimentat și cooperant este suficient să-i descrii în linii mari ce vrei să obții. Nu ezita însă să acționezi în timpul filmării dacă vezi că ideile tale nu sunt corect transpuse în imagini.

6.2.6 Alături de echipă

Reporterul este obligat să fie alături de cameraman, să noteze în detaliu fiecare cadru și secvență. Atunci când chiar nu este posibil, rugați cameramanul să vă expună în detaliu ce a filmat.

Scopul este acela de a valorifica la maximum în voice-over imaginile filmate. Nu poți scrie comentariul pentru voice-over fără să știi exact ce imagini ai la dispoziție.Camera îți permite să vizionezi materialul filmat la fața locului sau în drum spre redacție. A scrie în orb este cea mai sigură cale spre o știre anostă, lipsită de imaginație.

6.2.7 Fii regizorul propriei știri

Înțelegerea noțiunilor de bază ale regiei de film face parte din cultura generală a unui reporter de televiziune. Nu a fost așa dintotdeauna. Când știrile erau scurte și vagi nu era nevoie de așa ceva. Astăzi însă, când unele știri sau scurte reportaje tind să fie aproape minidocumentare, reporterul trebuie să acționeze asemeni unui regizor care știe ce vrea. Lucrați alături de cameramani buni pentru a vă îmbunătăți performanțele.

6.2.8 Înțelege gramatica imaginii

În ciuda simplității abordării, filmarea știrilor se supune regulilor cinematografiei. Înțelegerea procedeelor cinematografice de către public s-a lărgit în timp datorită marelui și micului ecran, convențiile trebuie însă respectate pentru a maximiza înțelegerea mesajului.

Concret, nu veți putea spune povestea eficient prin asamblarea la montaj de cadre individuale, fără legătură între ele. Gândiți întotdeauna în secvențe, conducând telespectatorul treptat în acțiune: plan general, plan mediu, prim plan.

6.2.9 Atenție la compoziția imaginii

Cameramanilor nu le place să vă uitați în cameră înainte de a trage fiecare cadru. Asta nu vă oprește însă să țineți ochii deschiși pentru a vedea cadrele care spun povestea sau pentru a sesiza greșeli în compoziția imaginii, care în graba inerentă lucrului la știri, i-ar putea scăpa cameramanului. Încercați să evitați să răsară din capetele intervievaților copaci sau stâlpi în timp ce vorbesc. Evitați trecătorii care se bagă în seamă, vin și se uită în cameră și alte lucruri supărătoare sau hilare pe care cameramanul, concentrat pe subiect, s-ar putea să nu le observe.

Atenție la inscripțiile care apar pe zidurile din background când filmați interviuri sau stand-up-uri. Ar putea fi ofensator, hilar sau pur și simplu nepotrivit. Evitați aceste mesaje chiar dacă sunt scrise în altă limbă. Cineva le va înțelege întotdeauna. Același lucru este valabil pentru firme și reclame care pot distrage atenția telespectatorului de la mesajul știrii. Regula este: dacă ai dubii, alege alt background.

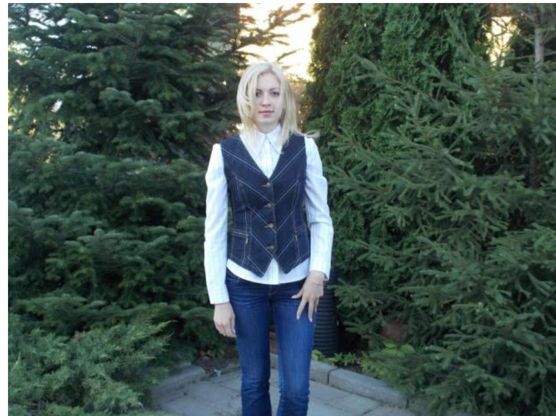
Planele de baza

Gândiți acțiunea în secvențe, nu în cadre individuale.

- Planul întreg (Long Shot) arată omul din creștet până în tălpi, solul fiind vizibil.



- Planul american(Knee Shot) arată omul de la genunchi



- Planul mediu (Medium Shot) arată omul de la brâu



- Prim planul (Close Up) arată bustul



- Grosplanul (Rxtreme Close Up) insistă pe față. Se poate tăia creștetul



6.2.10 Sunetul

Televiziunea este bidimensională. Sunetul vine odată cu imaginea. Sunetul natural este adesea subestimat și în consecință, utilizat insuficient de către unii reporteri, preocupați să umple fiecare secundă cu cuvinte – interviu sau voice-over.

Ascultați cu atenție și profitați de orice ocazie de a folosi sunetele naturale din jurul vostru, sunete care dau viață și calitate poveștii voastre. Unele povești sunt mai puternice cu cuvinte mai puține. Sunetul natural, de multe ori, vorbește mai bine de la sine.

6.2.11 Exemplu de package

SUBIECT: implementarea unui sistem computerizat menit să ușureze traficul în cea mai aglomerată zonă din oraș.

TITLU DE LUCRU: Trafic computerizat

DURATA PROPUSĂ: 3min 30sec.

ABORDARE: identificarea motivației proiectului, prezentarea celor implicați și aflarea opiniilor lor legate de valoarea proiectului; contrast între frumusețea și liniștea zonei înconjurătoare cu subiectul – aglomerație, poluare, zgomot.

ELEMENTE: cadre din trafic (arhivă recentă, dacă este cazul); prezentarea computerului, operarea lui; echipamentul de monitorizare; clădirea și împrejurimile; interviu cu conducătorul proiectului; stand-up; grafică electronică; comentariu voice-over.

INTRODUCERE: de către prezentator în studio, cu harta zonei.

ORDINEA CONȚINUTULUI:

1. Comentariu voice-over pe imagini de arhivă recentă cu traficul congestionat din zonă (durată propusă 15 sec).
2. Stand-up la fața locului explicând cum o fostă magazie a devenit centru de control și dirijare a traficului (durata propusă 20 sec).
3. Comentariu voice-over cu imagini ale clădirii și zonei (durata planificată 25 sec).
4. Interviu cu conducătorul proiectului (durata planificată 30 sec).
5. Comentariu voice-over arătând echipa la lucru (durata planificată 20 sec).
6. Sunet natural din timpul monitorizarii traficului pe ecranele video din centrul de control și dirijare (durata propusă 25 sec).
7. Comentariu voice-over cu contraplan - operarea computerului (durata planificată 10 sec).
8. Prtea a doua a interviului cu conducătorul proiectului(durata planificată 30 sec).
9. Comentariu voice-over arătând partea renovată a clădirii (durata planificată 15 sec).
10. Stand-up pe podul care traversează principala arteră de trafic din zona monitorizată (durata planificată 25 sec).

6.2.12 Introducerea (Intro-ul)

Scrierea introducerii pentru știrea pe care ai făcut-o îți revine tot ție, ca reporter, în cele mai multe cazuri. Uneori ți se cere doar să dai câteva idei pe baza cărora altcineva va scrie introducerea.

Introducerea trebuie construită astfel încât să trezească interesul telespectatorului suficient încât să stea să urmărească știrea care urmează. Acordați introducerii aceeași importanță ca știrii însăși. Includeți grafică acolo unde ajută. Introducerea trebuie să fie complementară, să nu includă fapte sau cuvinte repetate imediat la începutul știrii.

O cale sigură de a evita această greșeală constă în a scrie trei fraze pentru introducere. Dați-le pe primele două prezentatorului și începeți știrea cu cea de-a treia. Funcționează în majoritatea cazurilor.

7.PRODUCȚIA ȘTIRILOR ÎN TEREN



7.1 Reguli de filmare în teren

Jurnalistul vizual care dorește să-și perfecționeze munca descoperă adesea că schimbări minore în tehnica de filmare pot produce îmbunătățirea simțitoare a calității filmării. Pe măsură ce jurnalistul ajunge să stăpânească tot mai multe elemente procesul filmării, începe să-și contureze un stil individual profesionist. Perfecționarea profesională nu se încheie niciodată și pentru aceasta nici un detaliu nu este lipsit de importanță.



7.1.1 Folosește trepiedul întotdeauna când acest lucru e posibil

Simpla folosire a trepiedului duce la un aspect profesionist al imaginii. Este adevărat, nu toți cameramanii de știri folosesc trepiedul. Din păcate acest lucru se vede, cadrele sunt instabile și tremură. Nu faceți rabat de la calitate, veți face rabat de la statutul vostru profesional, prezent și viitor.

Filmarea din mână se face mai repede și mai ușor, dar la fel de ușor cameramanii o adoptă ca regulă generală din lene sau comoditate. Chiar dacă sunt situații în care rapiditatea evenimentului sau condițiile nu-ți permit utilizarea trepiedului, majoritatea știrilor pot fi filmate de pe trepied . Dacă pur și simplu televiziunea nu ți-a repartizat un trepied, cumpără-ți unul personal. Calitatea muncii tale se va îmbunătăți evident.



Cele mai stabile cadre se obtin cu camera montata pe trepied

7.1.2 Filmarea cu camera din mână

Pentru o maximă stabilitate, folosiți trepiedul ori de câte ori e posibil. Dacă nu-l aveți sau nu se poate, transformați-vă corpul în trepied. Găsiți un perete, un stâlp, un trunchi de copac și sprijiniți camera de el. În interior puteți folosi un scaun fix cu spătar. Așezați-vă invers pe el și sprijiniți camera pe spătar.



O altă rezolvare a stabilității este să îngenuncheați, o tehnică care oferă în multe situații o perspectivă bună.Când îngenuncheați stați pe călcâi și sprijiniți coatele de genunchi sau chiar sprijiniți camera pe o cutie de echipament. Puteti chiar să puneți camera pe sol, s-o încălecați cu genunchii și să folosiți un caiet, un portmoneu sau alt obiect pentru a stabili poziția corectă.



Atunci când e dificil să îngenuncheați, țineți camera ferm cu ambele mâini la nivelul taliei, cu coatele blocate în trunchi. Majoritatea ocularelor sau ecranelor LCD pot fi rotite astfel încât cadrarea nu va fi o problemă.

7.1.2.1 Poziția pentru filmarea cu camera din mână în picioare

Atunci când trageți din mână, echilibrați greutatea camerei fie pe umăr fie în mână pentru ca să nu obosiți și să începeți să tremurați. Balansați fin camera și folosiți-vă brațele în principal pentru control și nu pentru susținere. Pentru o maximă stabilitate adoptați o poziție dreaptă a corpului, cu pelvisul ușor împins în față, cu coatele lângă corp și cu picioarele depărtate la lățimea umerilor.



Trepiedul uman Poziția corectă este esențială pentru a filma cadre stabile. Observați că brațele rămân pe lângă corp.



7.1.2.2 Filmați cu focala la deschidere maximă

Astfel veți obține cea mai stabilă imagine pe care o puteți filma. Rețineți că toate mișcările biologice ale organismului se amplifică în imagine proporțional cu zoom-ul.

7.1.2.3 Controlați-vă respirația

Înainte de a porni înregistrarea, relaxați-vă. Inspirați, expirați jumătate din aer și țineți-vă respirația când trageți, asemeni unui lunetist. Dacă trageți cadre mai lungi, nu respirați adânc.

7.1.2.4 Planificați mișcările trupului

Planificați-vă mișcările atunci când faceți panoramări sau când urmăriți acțiunea, cum ar fi de exemplu pentru a filma un avion care decolearză sau o persoană care trece pe lângă cameră. Așezați-vă picioarele în direcția sfârșitului mișcării, apoi rotiți trupul pentru a surprinde acțiunea care se apropie. Urmărind acțiunea, trupul vostru se va detensiona asemeni unui arc. Invers, corpul vostru se va tensiona și poziția va fi mai greu de păstrat, cu efort fizic mai mare.

7.1.2.5 Filmați obiecte în mișcare

Alt mod în care puteți minimiza mișcarea nedorită a camerei este să filmați obiectele în mișcare. Mișcarea obiectelor va face mișcarea camerei mai puțin evidentă. Atunci când urmăriți în mișcare o persoană care pășește, fie că-l filmați din față sau din spate, pășiți odată cu persoana în timp ce înregistrați. Când subiectul pășește cu dreptul, pășește la fel și păstrează același ritm cu subiectul.

7.1.3 Evitați mișcările neprevăzute ale camerei

Când transfocați (acționați zoom-ul) evitați să zgâlțâiți camera când acționați comanda zoom. Aveți grijă să evitați începuturile dure și finalul bâlbâit. Cunoașteți limitele in-out ale zoom-ului camerei. Greșelile acestea atrag atenția asupra lor. Când filmați știri de acțiune luați mâna de pe butonul start/stop pentru a evita oprirea camerei fără intenție din cauza emoției, surescitării sau grabei. În cele din urmă, pentru a urmări acțiunea din jur și pentru propria siguranță, încercați să filmați cu ambii ochi deschiși. Astfel veți ști în fiecare moment ce se petrece în jurul vostru.

7.1.4 Atenție la transfocări (ZOOM)

Cadrele cu zoom trebuie să aibă o justificare. Nu se fac doar pentru că există sau pentru că vi se pare cool. Zoomul se face pentru a descoperi un lucru nou într-un cadru, cu alte cuvinte a aduce un nou înțeles sau pentru a păstra subiectul într-o compoziție corectă atunci când se deplasează înspre cameră.

Nimic nu indică o filmare de amatori mai pregnant decât folosirea nejustificată a zoom-urilor și panoramărilor. Controlați-vă tentația de a filma cu mișcăi de cameră fără motiv.

Atunci când filmați totuși cu zoom, faceți-o cu discernământ și cu un motiv real. Când începeți cariera în televiziune, ca reporter, cameraman, producător sau editor, adoptați o filozofie care să stabilească numărul de astfel de mișcări acceptabile într-un material. Unii profesioniști recomandă să-ți permiți să faci un zoom pe an, dacă și acesta se justifică.

7.1.4.1 Nu faceți zoom-ul evident

În mod normal, un zoom trebuie să fie atât de fin și de lent încât telespectatorii nici să nu-l remarce. Încercați să porniți zoom-ul simultan cu începutul mișcării subiectului, ca în cazul unui avion care pornește de la capătul pistei și ia viteză pentru decolare. Nu folosiți tot zoom-ul pe care îl poate da camera din capăt în capăt, de la wide la telephoto, mai bine folosiți doar o porțiune. Înțelegerea compoziției va determina limitele potrivite ale zoom-ului.

7.1.4.2 Potriviți viteza și durata cu ritmul și starea materialului

Cadrul cu zoom trebuie să se încadreze într-o secvență care are un anumit ritm și transmite o stare în întregul ei. Uneori zoom-urile rapide sunt potrivite. Alteori un zoom lent, leneș, va fi mult mai potrivit. Zoom-urile pot distruge o secvență dacă sunt prea rapide sau prea lente. Dacă decideți că nu puteți trăi fără ele, trageți cadrul de trei ori, cu viteze diferite.

Rețineți: Întotdeauna zoom-ul, ca orice altă mișcare de cameră, ARE ÎNCEPUT ȘI FINAL STATIC de minimum 5 secunde. Dacă la montaj vei decide să nu folosești zoom-ul, vei avea totuși două cadre fixe importante: Cel mai larg și cel mai strâns. Intrați și ieșiți din zoom filat, adică accelerați ușor de la static la viteza de zoom și decelerați invers la oprire. Astfel veți evita smuciturile de la începutul și finalul brusc al mișcării.

7.1.4.3 Recompuneți cadrul în timp ce transfocați

În timp ce transfocați (folosiți zoom), nu uitați să fiți atenți la păstrarea unor lufturi acceptabile în compoziția cadrului. Pentru aceasta, în timp ce transfocați mișcați camera pe cele două axe. Adesea începătorii încep un zoom cu subiectul centrat și apoi deschid fără să panorameze simultan în jos, distrugând compoziția prin nerespectarea luftului. Rezultatul este un plan întreg cu subiectul exact în mijloc, cu jumătatea superioară a cadrului irosită pe spațiu gol.



Început zoom out



Final incorect, fără recompunere



final corect, cu recompunere

Țineți minte un alt sfat important: Când folosiți zoom-ul nu “cântați la trombon”! Nu transfocați înainte și apoi înapoi în același cadru ! Unii numesc această greșeală ”a da pompe”.

7.2 Organizarea filmării

Se poate întâmpla să filmezi tot ce mișcă și totuși să ratezi povestea. Cameramanii care au învățat să gândească jurnalistic nu produc doar imagini corecte și frumoase ci imagini care spun o poveste. Identificați povestea. Apoi documentați subiectul. Hotărâți cu ce vreți să rămână publicul după ce vede știrea. Cunoaște tu însuți povestea dacă vrei s-o poți spune altora. Întreabă-te în timp ce tragi ”Cum îmi susțin vizual subiectul, ideea, punctul de vedere ?” Nu uita să dai poveștilor tale întotdeauna un început, un mijloc și o încheiere. Știrile fără final sunt ca scrisorile nesemnate

7.2.1 Comunicați în teren

După ce ți-ai stabilit povestea în minte, discută ideea cu ceilalți membri ai echipei. S-ar putea să te ajute mult în stabilirea modului de tratare a subiectului, de filmare și montaj. Trebuie să comunici cu restul echipei ca să poți afla ideile fiecăruia și să puteți cădea de acord asupra subiectului din toate punctele de vedere.

Communicarea cu subiecții din știrea ta este și ea vitală. Subiectul va comunica mai bine și mai intim cu o echipă care inspiră încredere și siguranță, putând face dintr-o știre obișnuită, una excepțională.



Munca in televiziune presupune un efort comun din partea intregii echipe. Comunicarea continuă între reporter și cameraman este esențială.

7.2.2 Gândește înainte de a porni camera !

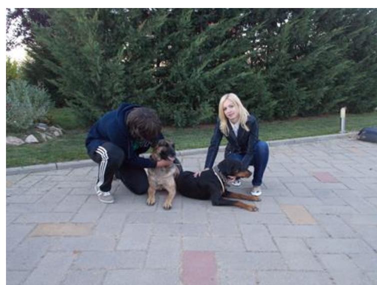
Dacă vrei ca știrile tale să difere de cele ale concurenței, pune-ți imaginația la contribuție de fiecare dată. Fă astfel încât imaginile tale să transmită nu doar ceea ce vezi și simți în teren, ci și ceea ce altor observatori le-a scăpat fiindcă n-au gândit ca tine. Arătați evenimentul dar în același timp dați telespectatorului un motiv să dorească să vadă povestea. Căutați modalități prin care privitorul să simtă că participă la povestea voastră.

7.2.3 Construiește secvențe

Metoda care s-a dovedit a fi cea mai eficientă în implicarea privitorului în poveste este folosirea secvențelor de acțiune. Cu ajutorul secvențelor, jurnalistul vizual reconstruiește un eveniment așa cum ar fi fost el văzut de către un martor ocular. Pentru a construi secvențe, învață să recunoști acțiunile repetitive și apoi să fragmentezi acțiunile complexe în acțiuni simple. Dacă faci o știre despre eliminarea gratuității abonamentelor pentru transportul în comun și trebuie să filmezi un pensionar care ia autobuzul, filmează fața pensionarului, apoi un plan detaliu cu pantofii lui uzați, ceasul vechi de la mână, degetele strângând plasa cu puținele cumpărături, autobuzul venind așa cum îl vede el (unghi subiectiv), fața șoferului plictisit, mașinile așteptând după autobuz, ușa închizându-se și autobuzul punându-se în mișcare. La montaj cadrele vor fi folosite în ordinea care subliniază cel mai bine mesajul pe care vrei să-l transmiți.

7.2.4 Trage și mută-te

După fiecare cadru tras, încearcă să muți camera într-o nouă poziție și într-un unghi nou. Mai multe cadre compuse pe focale diferite pe același ax vor da la montaj ceea ce numim salt pe ax, ca și cum ai sări instantaneu înainte sau înapoi. Saltul este cu atât mai evident cu cât diferența între plane e mai mare. De exemplu, dacă sari de la un plan întreg la prim planul unei persoane fără să miști camera de pe axul original.





Salt pe ax . Saltul pe ax apare atunci când camera rămâne pe același ax de la un cadru la următorul. Pentru a-l evita, nu uita să muți camera după fiecare cadru.

Pentru a evita saltul pe ax, nu uitați să vă mișcați după fiecare cadru. La primul cadru imaginați un ax care pleacă din obiectiv și trece prin centrul subiectului. Trageți cadrul, apoi mutați camera în altă poziție pentru fiecare cadru care urmează. Pentru a evita saltul PESTE ax, în care acțiunea pare s-o ia în partea opusă, trageți toate cadrele de pe aceeași parte a axului stabilit inițial.

7.2.5 Anticipează acțiunea

Studiază acțiunea înainte de a trage și învață să anticipezi ceea ce urmează. Astfel, imaginile tale vor avea originalitate. Învață să anticipezi în ce direcție va porni o persoană înainte să facă pasul. Dacă îți dai seama că tinzi să rămâi în urma acțiunii, încearcă să planifici cadrele. Așteaptă ca acțiunea să apară și trage când acest lucru se întâmplă. Nu vă lăsați depășiți de acțiune pentru a nu ajunge să trageți doar urmările și niciodată acțiunea.

7.2.6 Cum filmezi actiunea independenta de controlul tau

Chiar și acțiunea care apare accidental și la care nu te aștepți poate fi filmată secvențial dacă știi să o anticipezi. Chiar și în știrile accidentale secvențe se produc peste tot în jurul tău. Poate că după un cutremur pompierii caută supraviețuitori sub ruinele unei clădiri

prăbușite în timp ce cade o ploaie rece. Ceva mai încolo, muncitorii de la gaz caută robineții pentru a-i închide. O bătrână este descoperită vie între ruinele casei sale. Fiindcă nu se poate intra cu tărgi, pompierii duc în spate răniții spre ambulanțele care așteaptă. Poți să filmezi secvențial dacă știi dinainte unde vor duce pompierii femeia pe care tocmai au găsit-o.În timp ce planificați, gândiți în termeni de distanță. Astfel veți putea estima timpul necesar pompierului să ducă bătrâna de la locul unde ai început secvența la locul unde intenționezi s-o închei.

7.2.7 Filmează acțiunea cu intrări și ieșiri din cadru

Poți să decizi dinainte dacă vei păstra pompierul în cadru în filmare continuă în timp ce cară bătrâna sau pompierul va ieși sau intra în cadre succesive. Una dintre cele mai ușoare metode de a păstra continuitatea este să tragi acțiunea ”intră în cadru/iese din cadru”. Începeți filmarea înainte ca subiectul să intre în cadru și trageți până iese. Odată ce subiectul a părăsit cadrul, la montaj poți tăia în continuarea acțiunii fără pericolul unui salt în cadru.

7.2.8 Trage doar cadrele de care ai nevoie

Mai toți profesioniștii au avut și cadre proaste care au ajuns în emisie. De regulă, ei dau vina pe editorul de imagine. ”De ce ai dat pe post cadrul ăla neclar și mișcat?!” La rândul lui, editorul dă vina pe termenele scurte de execuție care nu i-au permis o selecție mai judicioasă a cadrelor. Fii sigur că dacă ai un cadru prost, instabil, neclar sau cu mișcare ezitantă, cumva își va face drum spre emisie.

Răspunsul la astfel de probleme este:”Dacă nu vrei un cadru pe post, nu-l trage!” Cu alte cuvinte, fă-ți claritatea și corecția de alb ÎNAINTE de a trage cadrele. În situații excepționale va trebui, poate, să faci claritatea în timp ce tragi, dar aceasta nu trebuie să fie regula. Compune cadrele și repetă mișcările (zoom sau pan) înainte de a apăsa butonul REC !

7.2.9Nu filma fără rost. Fiecare cadru trebuie să aibă o motivație

Până pe la mijlocul anilor 1970, știrile se filmau pe role de film cu durate între 3 și 11 minute. Dacă dintr-o rolă de 3 minute montai o știre de un minut, proporția brut/util era de aproximativ 3:1, adică se emitea un minut pentru fiecare trei minute de filmare brută din

teren. În aceste condiții, cameramanii trebuiau să fie extrem de selectivi cu cadrele pe care le filmau. Nu filma fără rost fiindcă irosești timpul tău și al editorului.

Uneori se întâmplă ca echipa să se întoarcă după ce a filmat în teren tot ce mișcă și totuși să nu aibă povestea. Asta se întâmplă atunci când reporterul nu înțelege de fapt care e povestea sau atunci când reporterul și cameramanul nu comunică între ei. Dacă subiectul n-a fost definit sau dacă cameramanul nu e sigur ce vrea reporterul, tendința este de a filma cât mai mult și astfel ”ceva tot o ieși”, încropind la montaj o poveste din noianul de cadre brute. Rezultatul final nu poate însă transmite mai mult decât cadrele pe care le-ai filmat în teren. Dacă ai cadre vagi, confuze și la întâmplare, exact așa va arăta și știrea montată.

Când ai la dispoziție gigabiți suficienți pe card, tendința este să tragi cât de mult pe un subiect. Pur și simplu tragi până umpli cardul, uneori câte 30 de minute pentru 30 de secunde. Acest obicei uzează bateriile în teren și nervii editorului la montaj, obligându-l să aleagă din sute de cadre în condițiile în care timpul pentru finalizarea știrii este foarte scurt.

Chiar dacă toate cadrele sunt foarte bune, atunci când un editor are de montat știrea în 10 minute, va monta totul din primele trei minute de brut. Nu trageți aiurea, în propriul vostru interes. Construiți-vă știrea vizual în minte înainte de a porni camera și motivați fiecare cadru pe care-l trageți. Puteți însă face acest lucru doar dacă știți ce poveste vreți să spuneți cu camera.

7.2.10 Premontați în cameră

Majoritatea cameramanilor valoroși sunt și buni editori de imagine. Experiența de montaj le permite să vadă, să ”monteze” în minte o scenă chiar înainte de-a o filma. Ei premontează în cameră, adică înregistrează cadrele pe cât posibil în ordinea în care vor fi montate. Astfel economisesc timp prețios la montaj, lucru esențial mai ales atunci când știrea trebuie să intre pe post în scurt timp de la întoarcerea din teren. Când premontezi în cameră este important să te concentrezi pe trei cadre: cel pe care îl tragi, cel pe care l-ai tras înaintea lui și cadrul care urmează după el.Astfel vei trage intuitiv mai multe secvențe și vei respecta natural continuitatea între cadre. Dacă tragi mai multe duble ale unui cadru cu aceeași compoziție notează cadrele corecte, mai ales atunci când (nerecomandat) nu participi la montaj.

7.2.11 Evită saltul peste ax

Când premontezi în cameră, evită saltul peste ax. Stabilește axul și apoi trage toate cadrele de pe aceeași parte a acestui ax. Dacă axul e o noțiune mai greu de înțeles, fii atent ca direcția de acțiune să se păstreze în același sens în cameră în toate cadrele. Dacă trenul merge spre dreapta ecranului, menține mișcarea spre dreapta în toate cadrele.





SALT PESTE AX





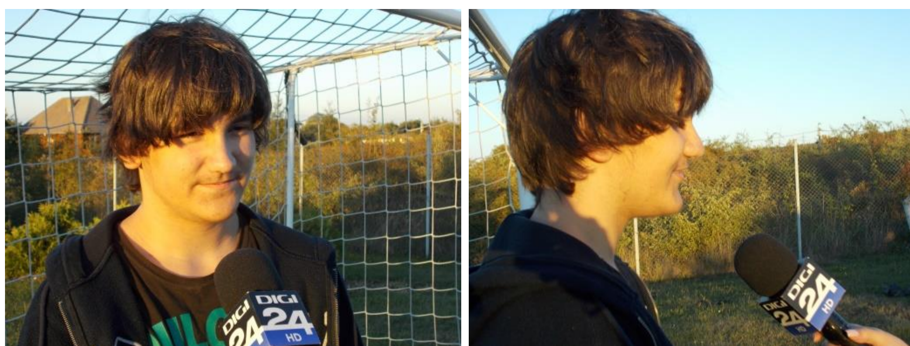
CORECT

Dacă trebuie să treci de cealaltă parte, desparte cadrele în care mișcarea este opusă cu un cadru în care subiectul se mișcă direct spre cameră pentru a evita schimbarea bruscă a direcției de mișcare, care violentează ochiul privitorului. O altă rezolvare este ”să iei telespectatorul cu tine” într-un traveling de pe o parte pe alta a direcției de deplasare a subiectului.

7.2.12 Implică camera în acțiune

Televiziunea are succes pentru că dă un sentiment de implicare și de experiență directă a subiectelor prezentate. Așa că apropie-te de subiect cât de mult poți și implică camera în acțiune cât de intim se poate. Implicând camera în acțiune implici și publicul. Du-te pe detalii și pe prim planuri strânse ale persoanelor din povestea ta, cam cum privești oamenii atunci când discuți direct cu ei. Altfel, telespectatorii va sta la distanță. Tu ești cel care trebuie să-i ții acolo.

Puterea primplanului vine din puterea privirii, din faptul că personajul poate fi privit în ochi de aproape. Privind persoana în ochi înțelegi ce simte și ce gândește. Încercați să filmați subiecții astfel încât să li se vadă ambii ochi și nu unul singur plus o ureche.



Corect **Incorect**

Atenție! Apropiați-vă cu camera de subiect pentru aceste cadre. Cadrele trase pe focală lungă (zoom) măresc într-adevăr subiectul dar alterează naturalețea perspectivei.

7.2.13 Implică oamenii

Știrile sunt despre lucruri care li se întâmplă oamenilor și le afectează viața. Accentul știrilor tale trebuie să cadă pe oameni pentru a le da un înțeles cât mai larg. Fără oameni, știrile tale vor fi reci, plictisitoare și distante. Atunci când implici oamenii, prezența lor scoate la lumină înțelesuri mai largi ale evenimentului.

Lucrul în teren cu oameni pe care nu-i cunoști nu e atât de dificil precum pare. Majoritatea vor coopera dacă îi abordezi politicos și cu respect. Cei mai mulți vor fi încântați să apară la televizor.

Pentru a calma emoțiile oamenilor aflați probabil pentru prima dată în fața camerei, sugerează-le să facă activități care le sunt familiare ca și cum camera n-ar fi acolo. În majoritatea cazurilor, în câteva minute emoțiile cauzate de prezența camerei vor dispărea.

Încrederea în tine și cunoștințele profesionale te vor ajuta să ignori stressul filmării, al publicului spectator care apare ori de câte ori televiziunea își face apariția sau chiar a subiectului însuși. Dacă te simți emoționat sau inhibat, nu uita că încrederea în tine vine odată cu experiența. Insistă și în scurt timp vei spune cu lejeritate altora povești. Există însă și cazuri în care apropierea prea mare înseamnă invadarea intimității cuiva, mai ales atunci când apropierea excesivă a camerei poate accentua inutil emotia sau suferința.

7.2.13.1 Nu distrageți atenția subiectului

Camera și restul echipamentelor nu fac parte din mediul natural al oamenilor. Nu atrage atenția asupra ta sau asupra echipamentelor atunci când lucrezi cu oameni. Montează camera, microfoanele și luminile cât mai discret, preferabil înainte de sosirea interlocutorului și încearcă să-ți faci propria prezență cât mai puțin evidentă.

Dacă oamenii vor fi îngrijorați de modul cum arată sau cum se comportă în fața camerei, nu vor oferi sinceritatea și naturalețea de care tu ai nevoie. Vorbele trebuie să fie spontane și credibile, să determine momente de intensitate emotională și intelectuală. Atunci și telespectatorul înțelege imediat că vede și ascultă o persoană reală surprinsă în mediul ei natural.

Tot pentru naturalețe, încercați să nu băgați microfonul în cadru. Microfonul intimidează și acționează ca o barieră între tine și interlocutor dar și între tine și telespectatori. Dacă microfonul mai are și un cub cu logo-ul postului, acesta va distrage atenția telespectatorului de la emoțiile interlocutorului. Microfoanele sunt singurele echipamente tehnice care apar în imagini. Dacă politica postului la care lucrezi nu prevede altfel, scoate microfonul din cadre sau înlocuiește-l cu un microfon lavalieră.



Cu microfon de mână



Cu mâinile libere

8: TEXTUL ÎN TELEVIZIUNE

8.1 Cum să scrii pentru televiziune

Cunoscând puterea imaginii de televiziune, e ușor să subapreciezi importanța cuvântului care o însoțește. Nevoia de a scrie bine pentru televiziune n-a fost însă nicicând mai mare. Publicului i se cere să înțeleagă chestiuni politice, sociale, economice sau de mediu care îi afectează fundamental viața. Ca reporter de televiziune ți-ai făcut datoria doar dacă mesajele tale sunt înțelese de către oamenii obișnuiți.

8.1.1 Text simplu

În ciuda dezvoltării jurnalismului specializat, încurajat și de creșterea numărului televiziunilor de nișă, jurnalismul de televiziune se adresează unui public general. Spre deosebire de ziare, care se pot adresa unor grupuri sociopolitice foarte precis definite, televiziunea se adresează tuturor și trebuie înțeleasă de către toată lumea. Cu alte cuvinte nu trebuie să fie nici hiper-intelectuală dar nici să nu insulte inteligența. După cum îmi spunea în 1993 unul dintre primii mei instructori de televiziune , Arwell Ellis Owen, om cu 30 de ani de producție de știri în BBC, ”faceți-vă știrile astfel încât să le înțeleagă șoferul de camion iar profesorului universitar să nu-i fie rușine să le vadă”. Spuneți-vă poveștile într-un mod care să fie:

- Precis
- Clar, simplu și direct
- Neutru.

8.1.2 Scrie așa cum vorbești

Se întâmplă ceva ciudat cu unii jurnaliști buni dealtfel, atunci când scriu pentru televiziune. Ideile lor devin prețioase și confuze, propozițiile simple se complică iar exprimările lor devin oficiale.

Regulă: gândește înainte de a scrie. Mai corect: gândește cu voce tare înainte de a scrie. Cu cât sună mai nenatural, cu atât este mai greșit.

8.1.3 Scrie texte logice

- Când e posibil, expune faptele cronologic.
- Încearcă să exprimi fiecare idee printr-o propoziție simplă.
- Înțelege ce scrii. Dacă nu înțelegi tu, nici alții nu vor înțelege.
- Nu te lăsa dominat de limbajul oficial. De multe ori oficialii scriu dinadins astfel pentru a induce confuzie. De cele mai multe ori însă, documentele sunt scrise de persoane care nu simt cuvintele.
- Întotdeauna întreabă-te: ”Ce vreau de fapt să spun ?”Și apoi spune.

8.1.4 Fără stupidități

Porumbeii zboară de regulă din gura reporterilor care nu văd contextul propriilor vorbe. Prin repetiții neintenționate, exprimări pleonastice, cuvinte greșit folosite în context, lipsa de rigoare se strecoară frecvent în știrile difuzate. Controlați-vă. Evitați clișeele media uneori înfiorător de stupide, mai ales în materialele sportive.

8.1.5 Fără exprimări ofensatoare

Grija față de corectitudinea limbii române folosite în televiziune trebuie să ia în considerare și evitarea oricăror expresii sau formulări rasiste, sexiste sau ofensatoare în vreun fel.

În societatea democratică în care trăim după 1989, folosirea neglijentă a unui limbaj rasist este de neiertat. De regulă nu este necesar să facem referire la culoarea, religia sau originea rasială a unei persoane. Acest lucru poate fi făcut atunci când determină înțelegerea mesajului. Formulări de genul ”Doi tineri rromi au agresat aseară o tânără la ieșirea din discotecă” nu-și are locul. Agresorii și infractorii n-au rasă sau naționalitate. Au o problemă cu legea și atât.

Este de asemenea uimitor cât pot fi unii jurnaliști de ignoranți în legătură cu principalele religii ale omenirii dar și de multe ori în

legătură cu propria lor religie. Greșelile clasice se referă la ”biserici evreiești”, la subestimarea importanței Islamului și Buddhismului și la confuzii în ceea ce privește titlurile și adresările ce se cuvin liderilor religioși. Decât să faceți confuzii, mai bine luați legătura cu birourile de presă ale cultelor și întrebați.

.

8.1.6 Etichete politice

Etichetele politice pot fi folositoare atunci când vrei să definești vederi politice ale partidelor sau persoanelor și plasarea lor în spectrul politic. Atenție la context atunci când folosiți exprimări de gen ”de dreapta” sau ”extrema dreaptă”. Uneori, acestea vă pot face mai mult rău decât bine.. Cei cărora le puneți această etichetă ar putea să nu fie de acord că ea reflectă fidel poziția lor politică. Uneori dacă spui despre o platformă că este ”de stânga”ar putea stârni reacții în sensul precizării ”de stânga comparat cu...” Gândiți-vă bine înainte de a pune etichete sau folosiți mai multe cuvinte pentru a expune cât mai precis un punct de vedere.

8.1.7 Numerele

Aproximează întotdeauna numerele, astfel încât să fie instantaneu înțeles ordinul de mărime. La numere mici, exprimați precis numărul. Șapte este șapte. Evitați formulări stupide de genul – peste șase. Numerele mari, trebuie aproximate pentru a fi înțelese. Nimeni nu va ține minte 302. 416, dar toată lumea va înțelege o exprimare de genul „peste 300.000”. Dacă însă este vorba despre 344. 257, vom spune „aproape 350.000”.

8.1.8 Fă lista de cadre și scrie trei cuvinte la o secundă.

Începe să scrii imediat ce ai făcut lista de cadre, înainte ca ”filmul” mental al poveștii voastre să înceapă să dispară. Considerați o secundă de material pentru fiecare trei cuvinte de text. E foarte ușor să pierzi șirul după ce ai scris text pentru 30-40 de secunde. Nu pierde timp să finisezi textul la această fază. Scrie cât de repede textul brut. Primele idei sunt de multe ori cele mai bune. Oricum n-ai prea mult timp și nici loc pentru exprimări foarte literare.

Nu este obligatoriu să începi lucrul la comentariu cu primul cadru. Poți începe cu una dintre scenele cheie, dacă luăm exemplul anterior, de la secunda 90, unde personalul lucrează în sala de monitorizare şi control computerizat al traficului şi începe să scrii de acolo. După ce ai făcut primul pas, restul scenariului se va ”aşeza” la locul lui. Nu trebuie să începi de la început, începe de unde ți se pare mai convenabil, dar începe!

Greșeli comune

• *Greșeala 1* este să încerci să înghesui mai multe cuvinte decât îți permite durata secvenței. Respectați formula de trei cuvinte la o secundă. Asta înseamnă că un voice-over de 30 de secunde trebuie să aibă 90 de cuvinte. Mai multe cuvinte vor strica montajul. Lasă imaginile să respire. Cel mai bun script este de regulă cel cu cuvinte mai puține.
• *Greșeala 2* este să scrii fără să fii suficient de atent la imagini. Poți astfel vorbi despre oameni, lucruri sau acțiuni care nici măcar nu apar. Dacă este necesar să vorbești despre ceva care nu poate fi ilustrat, fă-o astfel încât să nu atragi atenția asupra faptului că lipsește ceva din material
• *Greșeala 3* este aceea de a explica telespectatorului lucruri pe care le vede și singur. Propozițiile vor fi lungi, textul va fi încărcat, asemănător scriiturii pentru ziar. Lasă imaginea și textul să se completeze reciproc, ușor și fin. Nu spune lucruri evidente și nu explica fără rost ce se vede pe ecran. Variază lungimea propozițiilor pentru ca textul să nu sune sacadat.
• *Greșeala 4* este lipsa de precizie. De exemplu, dacă vorbești despre tinerii care se plimbă în parc, imaginea trebuie să arate tineri, nu pensionari sau părinți cu copii. Dacă nu ești sigur, folosește termeni generali. În cazul nostru, ar putea fi ”oameni”, ”persoane” sau ”orășeni”.

9.MONTAJUL ȘTIRILOR

Montajul este important în procesul narativ deoarece reproduce modul în care funcționează mintea umană. Cadrele, fragmente ale realității, sunt combinate pentru a produce o înțelegere complexă a evenimentului prezentat. Toți cei implicați în procesul narațiunii vizuale sunt de fapt editori de imagine și trebuie să gândească ca atare pentru a structura, sublinia,pentru a da ritm și înțeles poveștii.

9.1 Tranziția

Tranziția este modul în care montajul face trecerea de la un cadru la altul. Tipul fundamental de tranziție în montaj este cut-ul sau tăietura simplă prin care se trece de la un cadru la următorul. Foarte simplu ca instrument de creație, cut-ul trebuie să aducă întotdeauna informație nouă. Un cadru cu un copilaș care se târăște în patru labe urmat de un cadru cu un șarpe care se târăște spre cameră creează un înțeles care nu este prezent în nici unul dintre cele două cadre luate individual. Dacă ordinea celor două cadre se inversează, înțelesul se schimbă.

9.2 Timpul

Montajul îi permite jurnalistului să extindă sau să condenseze timpul. Esența unui eveniment care în viața reală are loc în mai multe ore sau zile poate fi redată pe ecran într-un minut sau două. În același mod, evenimente care se produc într-o secundă pot fi descrise într-un timp mai lung pentru a fi înțelese, repetând acțiunea din mai multe unghiuri sau recurgând la redarea în slow motion.

9.3 Ritmul

Ritmul, un element esențial în comunicarea vizuală, este afectat atât de durata cadrelor cât și de compoziție, conținut și punctele unde se taie. Normal, în scenele de acțiune, ritmul este mai natural dacă cadrele se taie în acțiune sau cu alte cuvinte, pe măsură ce acțiunea se desfășoară.

9.4 Cadre suport

Diverse cadre se folosesc pentru a sublinia sau dezvălui acțiunea și a controla ritmul. Menționez cadrul de ilustrație, de reacție sau cadrul din unghi subiectiv (point of view shot sau POV).

Procedeul cel mai obișnuit pentru a elimina săriturile nenaturale în cadru folosește cadrele de insert. Ca și cameramanul, editorul de imagine trebuie să păstreze sensul mișcării pe ecran. În general continuitatea în imagine este cel mai bine păstrată atunci când subiectul se mișcă în toate cadrele secvenței în aceeași direcție pe ecran, decât atunci când sare aiurea dintr-o parte într-alta la fiecare schimbare de cadru.

9.5 Sunetul

Montajul tratează și sunetul. Acesta poate fi folosit ca instrument de tranziție de la un cadru la altul, ca în cazul ”sunetului în avans”, adică sunetul cadrului care vine precede cu aproximativ o secundă

imaginea. Sunetul dă perspectivă unei scene și ajută mult creearea unui sentiment de realitate. Tranzițiile vizuale ca dissolve, fade sau wipe adaugă alte înțelesuri punctuației vizuale dar folosirea lor în jurnalismul de televiziune trebuie să aibă o justificare serioasă.

Competența în jurnalismul de televiziune presupune mult mai mult decât să treci de câteva ori prin cabina de montaj. Montajul nu este doar ultima etapă în reconstrucția vizuală pe care se bazează jurnalismul de televiziune. Montajul conduce procesul narațiunii vizuale de la început până la sfârșit.

10 INTERVIUL DE TELEVIZIUNE

Interviul presupune sa puneți întrebări, nu să faceți declarații

10.1 Tehnica interviului

Tehnica interviului de televiziune diferă mult de cea aplicată în jurnalismul de presă scrisă. Jurnaliștii de presă scrisă pot să facă interviul şi prin telefon sau într-un colțișor liniștit având nevoie doar de un carnețel și un pix sau un reportofon, care poate fi chiar propriul telefon mobil. Plus un ceai sau o cafeluță. Ținuta sau lumina nu contează iar întrebările nu trebuie să aibă neapărat o ordine anume, întrucât la transcriere produsul va fi adus exact în forma dorită.

Munca reporterului de televiziune nu mai e atât de intimă. La interviu participă cel puțin încă o persoană, cameramanul cu camera. Aceasta creează din start o atmosferă artificială. În plus, tehnica interviului aplicată de reporter nu mai poate fi cosmetizată la calculator. Reporterul de televiziune va fi criticat în termeni mult mai duri decât colegii lor din print.

10.1.1 Cum pui întrebările

Există un element de ”actorie” în fiecare interviu. Fii atent la acest aspect, chiar dacă întrebările tale nu vor apărea în montajul final. Fii atent la următoarele reguli și respectă-le întotdeauna:

- Nu mormăi întrebările, vorbește clar.
- Formulează întrebările clar, fără ambiguități.
- Pune întrebări, nu fă declarații care să-l facă pe interlocutor să se întrebe dacă să mai răspundă.
- Pune întrebări scurte, dar nu atât de scurte încât să nu se înțeleagă.
- Nu uita: Publicul este mai interesat de răspunsuri decât de întrebările tale.
- După ce ai pus o întrebare, așteaptă să ți se răspundă.
- Dacă trebuie să întrerupi interlocutorul, întrerupe-l într-o pauză naturală, de final de frază sau de respirație. Înregistrarea vocilor suprapuse va face montajul imposibil.
- Dacă intervievatul se abate prea mult de la subiect, adu-l înapoi. Dacă e necesar, oprește camera și explică-i interlocutorului ce nu e bine, după care reia înregistrarea.
- Evită întrebările ”de încălzire”. Consumă timp inutil.

- Nu preceda întrebările cu formule curtenitoare care denotă timiditate sau dominare: ”Îmi permiteți să vă întreb...” Nu vă supărați dacă...?”,”Vă mulțumesc că v-ați făcut timp, fiind atât de ocupat, să ne acordați acest interviu...”
- Fii hotărât și direct – fără să fii prea abrupt, fiindcă va deveni contraproductiv.
- Nu pune întrebări ale căror răspunsuri vor fi ”da” sau ”nu”. Reformulați.

10.1.2 Întrebări suplimentare

Unii începători acordă atâta atenție întrebărilor încât uită să asculte răspunsurile. Fii întotdeauna pregătit să pui întrebări suplimentare dacă mersul interviului o ia pe căi neprevăzute, mai interesante sau mai ofertante decât planul tău inițial.

Încadraturile pentru interviu
Pune subiectul ușor într-o parte, privind spre partea goală a ecranului . Filmarea din profil pare să excludă privitorul din discuție. Camera trebuie plasată la înălțimea ochilor sau la maxim 5-7 cm. deasupra lor. La filmarea ulterioară a întrebărilor reporterului, atenție la saltul peste ax!

10.1.3 Fără clișee

Unele întrebări sunt puse atât de des încât au devenit clișee:
Ce părere aveți despre ...?
Ce planuri de viitor aveți ?
Care este reacția dumneavoastră la ...?

Aceste întrebări sunt de-a dreptul iritante. Evitați-le formulând altfel întrebările.

10.1.4 Filmarea întrebărilor reporterului

Întrebările reporterului (contraplane de insert) se înregistrează pentru a da dinamică montajului și a face legături între întrebări în cazul filmării interviurilor cu o singură cameră. Este un instrument cinematic de montaj care înlătură salturile în cadru, urâte și neprofesioniste.

Reporterul trebuie să reia întrebările originale la cameră ca și cum ar fi în timpul interviului, chiar dacă interlocutorul nu mai este acolo. Consultați lista de întrebări sau vizionați interviul în cameră pentru a pune întrebările exact așa cum trebuie. Unii reporteri își înregistrează interviul și pe un reportofon pentru precizia refacerii întrebărilor la

cameră. Este normal să-ți corectezi eventuale greșeli gramaticale sau să formulezi mai bine întrebările. Nu trișa însă, schimbând sensul întrebării.



Set up



Plan mediu cu amorsă intervievat



Primplan reporter

Atunci când înregistrați interviul cu o singură cameră, concentrați-vă pe interlocutor. Cadrele cu reporterul punând întrebări le filmați după aceea, pentru a construi punți între segmentele editate, evitând săriturile în cadru. Atenție la saltul peste ax, la montaj trebuie ca direcțiile de privire să fie opuse. Procedeul se folosește mai mult în interviurile mai lungi, în știri, datorită interviurilor foarte scurte, a cam ieșit din uz.

10.1.5 Cadre de ascultare

Cadrele de ascultare se înregistrează în același scop al obținerii la montaj a unui interviu fluent și ușor de urmărit. Este vorba despre filmarea reporterului ascultând, cu o atitudine naturală adaptată naturii interviului. Aceste cadre se folosesc pentru a acoperi tăieturile cauzate de editarea interviului în scopul eliminării unor pasaje neinteresante sau a unor bâlbe ale interlocutorului. Unele televiziuni interzic atât reluarea întrebărilor reporterilor cât și cadrele de ascultare, întrucât prezența acestora indică clar că interviul a fost editat. Utilizați aceste procedee cu măsură și responsabilitate.
Ambele procedee depind de amplasarea corectă a camerei. Dacă se sare axul, impresia va fi că reporterul și interlocutorul nu se uită unul spre celălalt, ci în aceeași direcție, relația vizuală dintre ei fiind distrusă.

10.2 Montarea interviului

În țările cu presă liberă este de la sine înțeles că interviul de televiziune va fi montat, în special cel destinat știrilor. În plus, că selecția răspunsurilor se va face cu bună credință.

Cu toate acestea subiectul mai stârnește discuții fiind o omniprezentă sursă de conflict – în special cu cei nefamiliarizați cu practica jurnalistică. În general reclamațiile se referă la ”trunchiere”, ”scoatere din context” sau ”distorsionarea răspunsurilor”. Din

păcate de obicei nu există un răspuns care să satisfacă reclamantul, deși îi poți dovedi că ai acționat echidistant și cu bună credință.

Important este să nu dai NICIODATĂ curs solicitărilor sau chiar presiunilor de a include sau exclude un anumit răspuns sau pasaj. Oricât de bine intenționat ai fi, îți va fi imposibil să-ți respecți promisiunile. De multe ori decizia de conținut e în mâna unui șef. În orice situație, înainte de a începe un interviu cu o persoană fără experiență media este indicat să-i explici clar că interviul va fi montat și că nu fiecare cuvânt pe care-l va spune va și intra pe post.

11. STAREA VREMII ȘI SPORTUL

Vremea și sportul pun producătorul în fața unor provocări neobișnuite deoarece aceste secțiuni apar adesea ca ”insule” în jurnal, separate tematic de programul principal. Adesea prezentatorul de sport sau meteo este propriul producător și de multe ori nici nu răspunde în fața producătorului jurnalului. Această identitate autonomă poate duce la atitudini de genul ”jos laba de pe programul MEU” și o mentalitate de ”noi și ei” în locul unui preferabil spirit de echipă în care fiecare contribuie la servirea scopurilor comune.

În astfel de situații, producătorul trebuie să negocieze direct și profesionist cu producătorii segmentelor respective, pentru că evoluțiile din vreme sau sport pot depăși granițele rubricilor respective iar situația trebyuie privită în perspectivă. În zilele în care se produc fenomene meteo severe rubrica meteo poate să deschiră jurnalul, chiar cu prezența prezentatorului meteo alături de prezentatorul principal, prezentând mai multe știri legate de vreme și efectele sale produse sau așteptate. Alteori, când vremea e calmă și temperatura plăcută, rubrica meteo poate fi chiar scurtată pentru a face loc în jurnal unor știri mai importante.

Publicul este cu precădere interesat de condițiile meteo și temperaturile locale și prognoza imediată, pe 1-2 zile. Aceste informații pot fi transmise în două minute. Dacă omul de la meteo cere patru minute, avem o problemă care trebuie negociată cu maturitate.

Reporterii de sport răspund de timpul pe care jurnalul îl dedică sportului. Justificarea lor se bazează pe numărul de știri sportive semnificative sau interesante pe care realitatea zilei le oferă. În multe cazuri, știrile sportive trebuie să-și justifice prezența în rubrica sport, așa cum știrile generale trebuie să-și justifice

prezența în jurnal. Totul pentru a menține ritmul știrilor sportive și relevanța conținutului acestora pentru intersul telespectatorilor.



Sportul este despre învingători și învinși, despre scoruri, rezultate, podiumuri și medalii. Cu toate acestea, cele mai interesante știri sportive au fost întotdeauna legate de micile sau marile drame umane ale celor care luptă pe teren, în ring sau în bazin. Publicul va dori întotdeauna să știe cine a câștigat dar dacă jurnalistul sportiv vrea să facă apel la un public cu adevărat larg, trebuie să pună mai puțin accent pe scor și mai mult pe narațiune și pe viața oamenilor.

12. CE POATE FACE UN REPORTER ÎN TELEVIZIUNE?

Toți lucrăm în televiziune. Toate posturile de televiziune, indiferent de forța sau mărimea lor, își rulează programele pe același ecran, memorate în aceeași telecomandă, în mâna acelorași telespectatori. Posturile mici sau locale sunt forțate să concureze direct cu cei mai tari din piață. Telespectatorii s-au obișnuit cu imaginea profesionistă a posturilor naționale sau internaționale și așteaptă aceeași calitate a imaginilor și același ritm plin de viață și de la posturile locale. Pentru a putea intra în competiție, trebuie să ai linia întâi asigurată: REPORTERII. Reporteri capabili să creeze știri elocvente, puternice, memorabile. Tu poți fi un astfel de reporter doar concentrându-te tot mai mult pe oamenii din știrile tale și poveștile lor. Și evident, bazându-te pe profesionalismul tău.

Producătorii și editorii coordonatori sunt și ei jurnaliști și într-un sens foarte real, reporteri. Adesea editorul coordonator este primul reporter pe un subiect. La fel de important este rolul producătorului, care trebuie să aranjeze știrile punându-le în contextul jurnalului, să sugereze grafica ce urmează a fi introdusă pentru o mai bună înțelegere a subiectelor și, cel mai important, să orchestreze acea linie de asamblare a informației uneori copleșitor de complexă – numită newsroom sau redacție.

Mulți încearcă să-și facă o carieră în această profesie fascinantă, puțini reușesc. Ce poate însă să facă în televiziune un reporter cu adevărat bun ?

ORICE ÎȘI DOREȘTE !